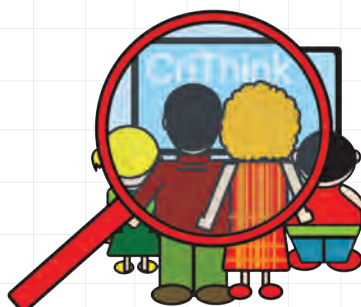


# СО КРИТИЧКО МИСЛЕЊЕ ДО РАЗОБЛИЧУВАЊЕ НА ДЕЗИНФОРМАЦИИ



## ПРИРАЧНИК ЗА НЕФОРМАЛНО ОБРАЗОВАНИЕ ЗА МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ



Издавачи:

Фондација за интернет и општество Метаморфозис  
ЕВРОТИНК – Центар за европски стратегии

За издавачите:

Бардил Јашари, Извршен директор, Метаморфозис  
Љупчо Петковски, Извршен директор, ЕВРОТИНК

Автори:

Билјана Ѓонеска  
Васко Маглешов  
Тања Андонова Митревска  
Владимир Петрески

Уредници:

Филип Стојановски  
Горан Лазаров  
Виолета Глигороска

Графичко уредување:

Драган Додевски

Лектура:

Елеонора Стојковска Попетреска

Превод на албански јазик:

Валон Абдиу

CIP – Каталогизација во публикација

Национална и универзитетска библиотека "Св. Климент Охридски", Скопје

37:316.774(035)

Со критичко мислење до разобличување на дезинформации [Електронски извор] : прирачник за неформално образование за медиумска писменост / [автори Билјана Ѓонеска ... и др.]. – Скопје : Фондација Метаморфозис, 2019

Начин на пристап (URL): <https://www.metamorphosis.org.mk>. – Текст во PDF Формат, содржи 109 стр., илустр. – Наслов преземен од екранот. – Опис на изворот на ден 29.08.2019. – Белешки: стр. 108-109. – Други автори:

Васко Маглешов, Тања Андонова Митревска, Владимир Петрески. – Библиографија: стр. 107. – Содржи и: Прилог

ISBN 978-608-263-008-3

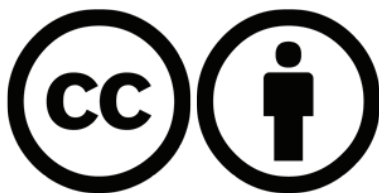
1. Ѓонеска, Билјана [автор] 2. Маглешов, Васко [автор] 3. Андонова Митревска, Тања [автор] 4. Петрески, Владимир [автор]

а) Медиумска писменост – Прирачници

COBISS.MK-ID 110967306

Прирачникот е изработен во рамки на проектот „Со критичко мислење до граѓани со медиумска умешност – КриТинк“, имплементиран од Фондацијата за интернет и општество „Метаморфозис“ и „ЕВРОТИНК“ – Центар за европски стратегии, а финансиски поддржан од Европската Унија. За изработка на Прирачникот финансиски средства беа обезбедени и од Владата на Обединето Кралство, со поддршка на Британската амбасада Скопје.

Содржината на оваа публикација е единствена одговорност на Фондацијата за интернет и општество Метаморфозис и ЕВРОТИНК – Центар за европски стратегии и на ниту еден начин не ги одразува гледиштата на Европската Унија и Британската Влада.



Содржините на ова издание се објавени под лиценцата „Криејтив комонс: Наведи извор“ <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> – дозволено е нивно споделување, копирање и редистрибуција, како и адаптација под единствен услов да се наведе дека изворот е проектот КриТинк поддржан од Европската Унија и спроведуван од Метаморфозис и ЕВРОТИНК.

## Содржина:

За прирачникот .....	6
Предговор .....	7
Вовед .....	8
Суштината на новинарството .....	9
Критичко мислење .....	13
Стандарди на критичко мислење .....	13
Зошто критичкото мислење е важно за медиумската писменост? .....	15
Психолошки механизми за некритичко мислење .....	15
Медиуми .....	21
Улогата и функциите на медиумите во општеството .....	22
Медиумите во општествената реалност .....	23
Медиумите и политиката .....	23
Регулаторни и саморегулаторни медиумски институции .....	23
Како медиумите ја претставуваат и креираат реалноста .....	25
Примери за конструирани наслови и вести .....	26
Медиумите во дигиталниот простор .....	28
Медиумска писменост .....	29
Што е медиумска писменост? .....	29
Образовната политика и медиумската писменост .....	29
Дигитална писменост .....	30
Слобода на говор наспроти говор на омраза .....	36
Дезинформации, пропаганда и спин .....	44
Што е лажна вест? .....	44
Историски примери на лажните вести и пропагандата во минатото .....	46
Лажните вести во светот – глобален проблем за демократијата .....	46
Северна Македонија – земја со најголема „ранливост“ за лажни вести во Европа .....	47
Видови содржини и примери на лажни вести во информацискиот хаос .....	48
Велес и неговата улога во претседателските избори на САД .....	54
Механизми за ширење лажни вести .....	55
Проверка на факти (fact checking) .....	58
Вкрстена проверка (cross checking) .....	61



Најчестите логички недоследности и когнитивни пристрасности при манипулацијата со вести .....	61
Како да се откријат лажни вести во дигитални медиуми? .....	64
Примена на Методологијата на Сервисот за проверка на факти од медиумите .....	66
Збирка на активности .....	73
Активност 1: Препознавање новинарски форми .....	73
Активност 2: Јас новинар .....	81
Активност 3: Факт/Мислење .....	82
Активност 4: Испуштено внимание .....	84
Активност 5: Натрапник во текст .....	86
Активност 6: Силни и слаби аргументи .....	89
Активност 7: Читање написи во медиуми .....	91
Активност 8: Дали насловот ја открива темата на текстот?! .....	95
Активност 9: Лажни и пропагадни вести .....	98
Активност 10: Критичко мислење: Практични вежби .....	100
Библиографија .....	107

## За прирачникот...

Силното демократско општество меѓу другото подразбира граѓаните да имаат пристап до точни и навремени информации. Дополнително тие треба да имаат вештини, информациите што ги добиваат од разноразни извори - кои не секогаш се точни и добронамерни - да ги анализираат, контекстуализираат, поврзуваат со други информации, да размислуваат критички и да бидат во состојба да го проценат нивниот квалитет и како резултат на тоа самостојно да донесат одлуки и судови базирани на факти.

Во денешното време кога имаме безброј извори на дезинформации и злонамерно фабрикувани манипулации кои го контаминираат јавниот дискурс и ги доведуваат луѓето во заблуда, станува тешко и за институциите но и за граѓаните да донесат одлуки и политики кои ќе придонесат да се решаваат проблеми и со тоа да се подобри квалитетот на живеење. Неточните информации и дезинформациите се толку присутни што понекогаш дури ја поткопуваат нашата способност да ги идентификуваме вистинските и приоритетните проблеми.

Токму затоа е клучно сите без исклучок да се едуцираме како да размислуваме критички и со тоа да го намалиме негативното влијание што го имаат лажните вести. Оваа книга е еден мал придонес во тој процес.

**Бардил Јашари - Извршен директор на Фондација за интернет и општество Метаморфозис**

Дезинформациите и лажните вести како поими се знакот на нашето време, но не претставуваат нов феномен. Напротив, ја враќаат на виделина старата проблематика на политичката пропаганда во време кога младите генерации го немаат сеќавањето на добата на идеологиите. Отсуството на сеќавање нè прави поцинични во односот кон дискурзивните политички битки и помалку сензитивни на опасноста на пропагандата по традиционалните режими на вистината, кои претставуваат темели на вистинската либералната демократија. Најдобар одговор на дезинформациите е создавањето на рутински вештини за нивно препознавање, деконструкција и отфрлање. Медиумската писменост претставува низа практични вештини кои можат да помогнат за полесно навигирање низ (дез)информациските напливи во добата на интернетот. Медиумската писменост е нужна и истата се стекнува, но не е доволна.

Критичкото мислење е поширок концепт од медиумската писменост и се однесува на темелниот однос на поединците кон надворешниот свет, неговите динамики и односи на моќ. Критичкото мислење е односот кој поединците го имаат кон изворите на авторитет низ животот. Критичко мислечките субјекти не се создаваат со ад-хок интервенции, туку преку социјализација, во семејствата, училиштата, во практиките на информирање, учење, стекнување вештини и охрабрување на креативноста кај најмладите. Критичкото мислење е поврзано со темелните вредностите кои едно општество ги создава и промовира.

Книгата која е пред вас е мал практичен и теориски придонес за тоа како одлучувачите треба да размислуваат за важноста на всадувањето на вредноста на критичкото мислење во општеството. Без критичко мислење нема медиумска писменост. Без медиумска писменост, демократијата е под притисок на пропагандата. Борбата против дезинформациите е темелна политичка битка за демократија.

**Љупчо Петковски - Извршен директор на ЕВРОТИНК - Центар за европски стратегии**

## Предговор

Повод за изработка на овој прирачник е европскиот проект со наслов „КриТинк: Со критичко мислење до медиумска умешност“. Проектните активности предвидуваат обука на учесници што освоиле средства за изведба на мали проекти, па овој прирачник треба да послужи како **појдовна литература и практичен водич** во нивното работење.

За потребите на прирачникот беше формиран тим од претставници на невладиниот и државниот сектор, од општествените и природните науки (новинарство, психологија, социјални невронауки), и воопшто поединци со различни работни искуства и светогледи. Овој прирачник е резултат на креативно здружување и колажно соединување на различни перспективи од еден мултидисциплинарен тим на автори и координатори. Конечната цел е да се добие повеќеслојна слика и целовита претстава за темата на критичката евалуација на информациите.

Причините за изработка на овој прирачник се секако поопшти и го засегаат целокупното население во Северна Македонија. Имено, неодамнешната анализа на Индексот за медиумска писменост во Европа покажа дека во 2018 година, балканските земји се одликуваат со најмала отпорност кон феноменот на поствистина, а Северна Македонија е на самото дно, т.е. таа е земја со најголема „ранливост“ за лажни вести поради најнискиот степен на квалитетното образование и слобода на медиумите.

Оттаму, прирачникот е креиран со цел да се создаде **основно средство за информирање и едуцирање** на македонските граѓани, кое би придонело за негување на критичката мисла и создавање култура на конструктивен дијалог. Литература што ќе придонесе за дијалог во кој е зачувано правото на сопствено мислење, со почитување и критичко преиспитување на други мислења.

Прирачникот е наменет за:

- Граѓанските организации и владините институции што со здружени напори треба секојдневно да посочуваат кон медиумските манипулации со информации и да придонесуваат за развој на медиумската писменост кај македонските граѓани.
- Секој граѓанин на Северна Македонија треба да се бори за почитување на професионалните стандарди во медиумските простори и да се стреми кон слободно мислење и изразување.

Од авторите,  
Скопје, 2018 година

## Вовед

Медиумската писменост денес е исклучително значајна и претставува еден од основните елементи на граѓанската писменост. Медиумите се незаменлив канал за размена на информации и интегрален актер во современите политички процеси, комуникации меѓу граѓаните и јавните власти. Тие истовремено влијаат во формирањето на јавното мислење и градењето ставови за општествените вредности. Медиумите се важни за остварување на правото на информирање, како и за остварување на правото на слободно изразување на секој поединец.

Современиот човек, за да може да биде вистински информиран, треба да ги поседува најважните способности за користење на медиумите:

- Да има критички пристап во читањето за да ја разбере информацијата
- Да има техничка способност за да користи конкретен медиум
- Да умее да пристапи кон конкретен медиум

Во расчекорот помеѓу потребата за критичко мислење и недостатокот на медиумски образовани лица, создавањето и ширењето на медиумската писменост е клучната алатка за сузбивање на негативното влијание на дезинформациите.

Овој прирачник предлага разни активности со кои ќе се продлабочат знаењата за новинарството и умењата како критички да се користат информациите добиени од различните медиуми. Овој факт е од особено значење затоа што денес современиот човек сè повеќе се судира со новиот глобален проблем на дезинформации со кои се соочуваат општествата воопшто. Справувањето со овој глобален предизвик, кој незапирливо се шири секаде, е основниот поттик за создавање на овој прирачник.

Низ страниците на прирачникот се презентирани содржини од повеќе области, кои се поврзани со поимите новинарство, критичко мислење, медиуми, медиумска и дигитална писменост, лажни вести. Содржините се презентирани преку описи, примери, различни активности и вежби што им дава можност на различни целни групи да ги користат со цел да бидат медиумски писмени граѓани.

Со овој прирачник се промовираат методи на неформална едукација што вообичаено се извршува надвор од класичниот образовен процес (државни училишта и универзитети), во рамките на активностите на граѓанското општество. Овој прирачник предлага разни активности што можат да се приспособат и на училишната и на воншколската средина. Секоја активност ги наведува темите, целите, траењето и потребниот материјал.

## Суштината на новинарството

Суштината на новинарството е повеќеслојна, но јадрото е да го информира читателот врз основа на факти што се веродостојни, точни и проверени. Оттука, новинарството е дисциплина што е заинтересирана (преку фактите) да го пренесе она што навистина се случило (вистината). Затоа оваа професија некои теоретичари ја нарекуваат „дисциплина на верификацијата“, бидејќи новинарите секој ден трагаат по потврда за вистината. Новинарот собира, истражува, анализира и презентира информации.

Новинарството е професија што гласно се спротивставува на сите неправди, дискриминацијата, притисоците и злоупотребите во општеството, но и против пропагандата и наметнувањето еднострано мислење. Неговата улога е таквите проблеми да ги направи јавни и видливи и по можност да понуди решенија за нив. Оттука произлегува и значењето на новинарството, кое секојдневно е „крвоток на вистината“ во едно општество. Најважната цел на новинарите е објективно и непристрасно да ги информираат граѓаните. Тие преку различни новинарски жанрови креираат содржини (текстови и прилози), со кои влијаат врз јавното мислење, а со тоа и врз промените во општеството.

Новинарот користи извори за информирање за да докаже дека информацијата што ја пласира е веродостојна. Едно од основните правила во новинарството е дека информациите треба да се потврдени од минимум два меѓусебно независни извора, а новинарот има право да не го открие името на изворот.

Сепак, новинарството е професија што поради моќта да влијае врз промените во општеството, е цел на замолчувања. Главните блокатори на вистината најчесто се политичарите или високи центри на моќ. Цензурата е забранета и обврска на новинарот е да ја спречи. Поради политички влијанија, се јавува и самоцензура поради што страда „вистината“, а граѓаните немаат можност да дознаат што се случило.

Новинарството е професија што нема класично работно време, бидејќи информациите постојано се менуваат, а вистината треба побрзо да стигне до граѓаните. Едно демократско општество не може да се замисли без будното око на новинарите, кое ги следи сите општествени случувања, па и тие што јавноста не може директно да ги види. Формите на новинарството се менуваат, особено со дигитализацијата, но тоа е услов без кој не може да функционира ни една демократија.



Клучни поими поврзани со разбирањето на новинарството и на јавниот дискурс се:

### ЈАВНО МИСЛЕЊЕ

Јавното мислење се дефинира како јавно искажување на одредено размислување на мнозинство или група граѓани за одреден проблем или отворено прашање. Обичниот граѓанин ја формира перцепцијата за општествените процеси и состојби врз основа на влијанието од креаторите на јавното мислење (т.н. opinion makers). Граѓаните, всушност, имаат илузија дека самите се автори на своите политички ставови. Но, малку од нив имаат пристап до релевантни информации за непристрасно и независно размислување.

### ИЗВОРИ НА ИНФОРМИРАЊЕ

Извор на информирање во новинарството може да биде документ, личност, институција што има, т.е. содржи, некаква информација. Основната поделба на изворите на информирање е на примарни и секундарни. Примарните поседуваат информација од прва рака: сведоци, учесници на настани, жртви... Секундарните извори се посредни извори на информирање кога информацијата се дознава индиректно: архива, експерти... Во новинарството е дозволено користење анонимни извори.

### ЈАВЕН ИНТЕРЕС

Јавниот интерес се сите права, обврски и одговорности на претставниците на државата кон граѓаните. Тоа се прашања или политики што влијаат врз животот на мнозинството граѓани: човекови права и слободи, трошење буџетски пари, прашања за безбедноста, за животниот стандард... Медиумите се чувари на јавниот интерес. Треба да ги штитат основните човекови права на слобода на говор и изразување, да ја информираат јавноста за тековните општествено-политички случувања...

### ЦЕНЗУРА

Забрана за објавување информации што се од јавен интерес.

### АВТОЦЕНЗУРА

Новинарот свесно одлучува да не ѝ пренесе некоја информација на јавноста.

## Најчести новинарски форми се:

### ВЕСТ

Вест е информација со нова содржина што побудува голем интерес кај јавноста. За информацијата да биде вест обично треба да ги исполнува следните критериуми: да биде нова, значајна, интересна, необична содржина. Веста е целосно пренесена кога се одговорени пет клучни прашања: „Кој?“, „Што?“, „Кога?“, „Каде?“ и „Како?“. Веста јавува информација за сите аспекти од животот на луѓето: конфликти, катастрофи, настани. Темите може да бидат различни: здравство, образование, економија, правосудство, социјална политика...

### ИЗВЕШТАЈ

Извештајот е проширена форма на веста бидејќи вклучува поширок и подетален опис на настанот или случувањето за кое се информира, заедно со изјави од учесниците.

### КОМЕНТАР

Коментарот е став на новинарот или редакцијата. Затоа, коментарот треба да се разграничи од веста, односно од извештајот. Коментарот е стандарден новинарски жанр, но новинарот, покрај личниот став, треба да држи одредена дистанца од случувањата, а ставовите да ги темели на аргументи.

### ИНТЕРВЈУ

Класичен новинарски жанр во кој содржината, односно веста се пренесува како дијалог. При правењето на интервјуто најважни се личноста што ќе говори, темата и прашањата.

### СТАТИЈА

Статијата е анализа на одреден актуелен настан или појава во општеството со одредени последици, која не е врзана со дневното информирање.

### КОЛУМНА

Станува збор за жанр со кој се пренесува личен став за тема од општествениот живот. Лицето што пишува колумни се нарекува колумнист, а самата колумна подразбира напишан текст кој графички е објавен во столб (лат. Columna).

### РЕПОРТАЖА

Специфичен новинарски жанр, во кој се раскажува за одреден настан или место со пренесување на атмосферата. Овој жанр остава простор за коментари на авторот и за уметнички описи во раскажувањето, т.е. пренесувањето на атмосферата.

**РЕЦЕНЗИЈА**

Критички текст со кој се дава оценка на научно, уметничко или друго стручно дело. Потекнува од латинскиот збор *recensio*, *recensere* со значење „да се прегледа“.

**ИСТРАЖУВАЧКО НОВИНАРСТВО**

Истражувачкото новинарство, наспрема дневното новинарство подетално разработува одредена тема и открива факти што не ѝ биле познати на јавноста. Ако дневниот новинар е полицаец што констатира што се случило, истражувачкиот новинар оди чекор понатаму. Тој е форензичар и ги открива мотивите и причините за тоа што се случило.



## Критичко мислење

*„Науката е начин да се избегне самозалажувањето. Основно за човек е да не се самозалажува иако тој е најлесната личност што самиот може да ја прелаже.“  
- Ричард Фајнман, добитник на Нобелова награда за физика, 1965*

Зборот „критика“ потекнува од старогрчкиот поим за „суд“ односно подразбира „способност да се разликува, т.е. расудува“. Ефектот од еден вредносен суд зависи од способноста за критичкото размислување. Критичкото размислување се потпира на **логичко преиспитување** на искази односно тврдења што овозможува објективно согледување на реалноста.

Критичкото мислење е интелектуално дисциплиниран процес на активно и вешто концептуализирање, применување, анализирање, синтетизирање и/или евалуирање информации добиени или создадени преку набљудување, искуство, внимателно размислување, резонирање или комуникација како водич до верување и дејствување. Во својата примерна форма тоа се базира на универзални интелектуални вредности што ги надминуваат деловите на материјата: јасност, точност, прецизност, постојаност, релевантност, цврсти докази, добри причини, длабочина, распространетост и правичност.

Критичкото мислење може да се смета дека е составено од две компоненти: 1) сет од информации и верувања што создаваат и обработуваат вештини и 2) навиката, базирана на интелектуалната посветеност, на користење на тие вештини за да го насочуваат однесувањето. Наспроти ова се: 1) голото стекнување и задржување информации, бидејќи тоа бара посебен начин на барање и третирање информации; 2) голото поседување сет на вештини, бидејќи тоа бара нивна постојана употреба и 3) голото користење на тие вештини („како вежба“) без прифаќање на нивните резултати.

Критичкото мислење варира врз основа на мотивираноста која е зад него. Кога е опкружено со себични мотиви, тоа често се манифестира од страна на вештото манипулирање со идеи како да е на располагање на нечиј личен интерес или на личниот интерес на нечија група. Како такво, тоа носи интелектуални мани без разлика колку е прагматично успешно. Кога е опкружено со непристрасноста и интелектуалниот интегритет, тоа обично е од повисок интелектуален ред, иако е предмет на налетот на „идеализмот“ на оние што се навикнати на неговото себично користење.

## Стандарди на критичко мислење

Некои интелектуални стандарди за критичко мислење се универзално применливи (во различни контексти), па затоа се наведени во Табела 1. Дополнително е даден преглед на прашања што би помогнале за полесна проверка и критичка анализа на аргументи за секој одделен стандард<sup>1</sup>:

## СТАНДАРДИ НА КРИТИЧКО МИСЛЕЊЕ

<b>ЈАСНОСТ</b> - Стандард за конкретност со избегнување аргументи кои се двосмислени, нелогични или конфузни	ДАЛИ ТЕМАТА МОЖЕ ЛЕСНО ДА СЕ ОПИШЕ? ДАЛИ ТЕМАТА МОЖЕ ДА СЕ ИЛУСТРИРА И ПОТКРЕПИ СО ПРИМЕРИ?
<b>ТОЧНОСТ</b> - Стандард за придржување кон аргументи кои се валидни и вистинити т.е. подложни на проверка и потврда	ДАЛИ ПОСТОИ НАЧИН ДА СЕ ПРОВЕРИ И ПОТВРДИ АРГУМЕНТОТ? КАКО ДА СЕ ПРОВЕРИ ВИСТИНИТОСТА НА АРГУМЕНТОТ?
<b>ПРЕЦИЗНОСТ</b> - Стандард за исцрпност со наведување детали, подробности и специфичности за еден проблем	ДАЛИ Е МОЖЕН ПОСПЕЦИФИЧЕН ОПИС НА ТЕМАТА? ДАЛИ МОЖЕ ДА СЕ ПРИЛОЖАТ ПОВЕЌЕ ДЕТАЛИ ЗА ТЕМАТА?
<b>ВАЖНОСТ</b> - Стандард за разгледување аспекти кои се релевантни за една тема	НА КОЈ НАЧИН ПРИЛОЖЕНИОТ АРГУМЕНТ ДОПРИНЕСУВА ЗА ТЕМАТА? ДАЛИ АРГУМЕНТОТ СЕ ОДНЕСУВА НА ГЛАВНОТО ПРАШАЊЕ НА ТЕМАТА И НУДИ ВАЖНИ ОДГОВОРИ?
<b>ДЛАБОЧИНА</b> - Стандард на сосредоточеност (спротивно од површност), кој ги зема предвид сите аспекти кои ја чинат комплексноста на темата	КОИ АСПЕКТИ ЈА УСЛОЖНУВААТ ТЕМАТА? КОИ ПРАШАЊА ПРЕТСТАВУВААТ ПОТЕШКОТИИ ЗА РАЗГЛЕДУВАЊЕ И РЕШАВАЊЕ НА ПРОБЛЕМОТ?
<b>ШИРОЧИНА</b> - Стандард на сеопфатност за разгледување на повеќе пристапи кон ист проблем	ДАЛИ ПОСТОИ И ДРУГ ПРИСТАП КОН ТЕМАТА? ДАЛИ ПРОБЛЕМОТ МОЖЕ ДА СЕ РАЗГЛЕДА ОД ДРУГ АГОЛ / ГЛЕДИШТЕ / ПЕРСПЕКТИВА?
<b>ЛОГИЧНОСТ</b> - Стандард за следење причинско-последична поврзаност на аргументи.	ДАЛИ ПОЧЕТНИОТ И КРАЈНИОТ ДЕЛ НА ТЕМАТА СЕ ЛОГИЧНО ПОВРАЗНИ? ДАЛИ АРГУМЕНТОТ Е ИЗДРЖАН И ПРОИЗЛЕГУВА ОД ПРИЛОЖЕНИ ДОКАЗИ?
<b>ЗНАЧАЈНОСТ</b> - Стандард за разгледување аспекти кои се клучни/централни/главни (т.е. не се споредни) за една тема	КОЈА Е ГЛАВНАТА ТЕМА? КОЕ ПРАШАЊЕ Е СУШТИНСКО ЗА ТЕМАТА? КОИ ФАКТИ СЕ НАЈВАЖНИ ЗА ТЕМАТА?
<b>ПРАВЕДНОСТ</b> - Стандард на непристрасност и објективност со вклучување на туѓи перспективи, а изземање на свои чувства и интереси	ДАЛИ ИМАМ ЛИЧЕН ИНТЕРЕС ЗА ТЕМАТА? ДАЛИ ИМАМ НЕПРИСТРАСЕН ПРИСТАП КОН ТУЃИТЕ СТАВОВИ ЗА ТЕМАТА?

Табела 1 - Универзални интелектуални стандарди на критичко мислење и прашања што би помогнале за полесна употреба во секојдневни анализи

## Зошто критичкото мислење е важно за медиумската писменост?

Секојдневно многу центри на моќ (политички, бизнис, економски заедници) се обидуваат да „ја продадат својата вистина“, а критичкото мислење ја блокира можноста од манипулација и заведување, т.е. од донесување погрешни судови.

Тоа е неопходно за разбирање на логичките врски меѓу идеите, за вреднување на аргументите, за пронаоѓање грешки при расудувањето, за системско решавање на проблемите, за потврда на релевантноста на идеите, со цел оправдување на сопствените идеи и уверувања.

Поимот „критичко мислење“ не треба да се поистоветува со поимот „негативна критика“. Негативната критика е постапка што е често применувана во медиумскиот простор, а подразбира приговор со единствена цел да се покаже дека е нешто погрешно или лажно без притоа да се наведат причините т.е. аргументите, со кои ќе се покаже дека критиката е оправдана, т.е. издржана.

## Психолошки механизми за некритичко мислење

Причините за некритичко мислење, кои се должат на индивидуални особености, т.е. квалитети на личност (а не на општествени фактори), се дефинираат како психолошки механизми за некритичко мислење. Од една страна, некритичкото мислење се должи на когнитивни грешки, а, од друга, пак, на емоционални предиспозиции при прием на информации. Емоциите се мотивирачки фактор, кој го поттикнува човекот да дејствува, а влијае и врз мислите што им претходат на активностите. Дизајнирани пораки можат да манипулираат со емоциите на публиката предизвикувајќи масовна хистерија на омраза, бес, паника или страв. За полесен преглед, тие се разделени во две теоретски групи, иако во пракса тие се меѓузависни и постојано се дополнуваат.

### 1. Некритичко мислење поради когнитивни грешки:

- Грешки во расудување - Логичките грешки или софизми се грешки во расудување (анг. logical fallacies<sup>2</sup>) и претставуваат ненамерни недоследности во расудувањето кога првичните претпоставки водат до заклучок што не мора да е грешен, но е невалиден, т.е. не произлегува од претпоставките. Тие се интелектуални „трикови“ со кои човечкиот мозок активира одбранбени механизми, со цел да ги зачува сопственото его, идентитет и интегритет.

- Грешки во аргументирање - За разлика од логичките грешки што се користат случајно и непромислено, грешките во аргументирање (анг. argumentative errors) се логични недоследности, кои се употребуваат со промисла, бидејќи „победата“ во некоја дискусија или спор има поголема важност од „победата“ на објективната вистина.

- Когнитивни пристрасности - Когнитивни пристрасности, т.е. когнитивни предрасуди (анг. „cognitive biases“)<sup>3</sup> се отстапки во когнитивните процеси (како меморија, внимание, одлучување) кои се манифестираат со грешки во расудувањето, проценувањето, помнењето и најчесто се несвесни и неволеви. Претставуваат „слепа точка“ во мисловниот процес и природна тенденција кај секој човек.

## 2. Некритичко мислење поради манипулација со емоции:

- **Употреба на јазик со морално-емотивна пребоеност**<sup>4</sup> - е изразување на морален вредносен суд со изразување силна емоција (пример, осуда, презир, гадење, гордост). Пораки со морално-емотивна пребоеност најчесто се користат за да се оценат општествени и политички случувања и најчесто се среќаваат на социјалните мрежи.

- **Употреба на афектиран говор** - најчесто се мисли на **говор на омраза (hate speech)** чија цел е понижување, вознемирување и напад на поединци/групи врз основа на пол, возраст, изглед (како висина, тежина и боја на коса), етничка, верска, национална припадност, сексуална ориентација, социоекономска класа, занимање и која било друга особина што е основа за дискриминација.

## 3. Некритичко мислење поради манипулација на емоции поттикнува:

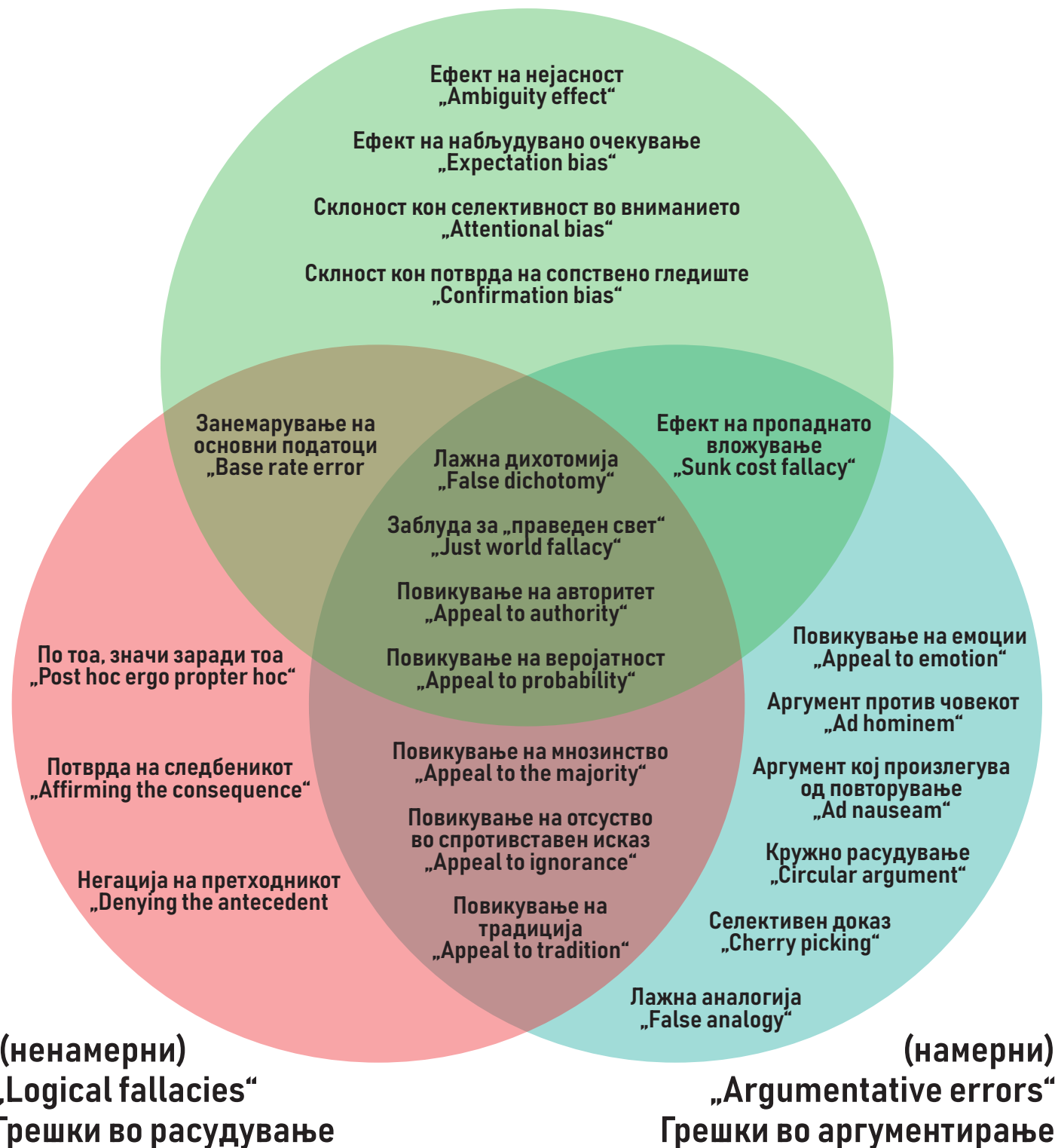
- **Разрешување од морална одговорност (moral disengagement)**<sup>5</sup>, кое се карактеризира со морално оправдување и еуфемистичко означување на сопствени неморални активности (на пр. „борци за права“ наместо „терористи“), префрлање.

- **Морален гнев (moral outrage)**<sup>6</sup> со јавно понижување и линч на поединци/групи што отстапиле од моралните кодекси на однесување, особено присутни на социјалните мрежи.

- **Морална паника (moral panic)** е силно изразен страв од закана кој брзо се проширува кај поголема заедница на луѓе. Социјалните мрежи дејствуваат како ехо-комори (echo-chambers), т.е. затворени системи, каде што со многукратно споделување пораки од истомисленици се потсилуваат и предимензионираат.

На Слика 1 е даден дијаграм на кој секоја од групите на когнитивни грешки се прикажани како одделни множества што имаат меѓусебни разграничувања (за специфични), но и заеднички пресеци (за заемни когнитивни грешки).

# Когнитивни пристрасности „Cognitive biases“ (несвесни)



Слика 1 - Дијаграм со множества на когнитивни грешки (според група) со меѓусебни разграничувања (за специфични) и пресеци (за заеднички когнитивни грешки).

Во продолжение е даден избор на најчесто ползувани логички недоследности и когнитивни пристрасности при манипулација со информации:

Назив	Оригинал	Дефиниција	Примери
<b>Повикување на авторитети</b>	анг. Appeal to authority  лат. Argumentum ad verecundiam	Склоност да се припише вистинитост на исказ доколку е кажан од авторитет.	Пропагандна порака што се толкува како вистинита само затоа што е пренесена од политички лидери. Личност облечена во бел мантил се претставува како доктор и рекламира паста за заби.
<b>Повикување на веројатност</b>	анг. Appeal to probability	Склоност да се верува дека можноста нешто да се случи е доказ оти истото ќе се случи	Тврдење дека сигурно ќе има прилив на мигранти само затоа што постои (макар и најмала) веројатност тоа да се случи.
<b>Заблуда за „праведен свет“</b>	анг. Appeal to the majority  лат. Argumentum ad Populum	Склоност да се верува во вистинитоста на некој исказ ако мнозинството го поддржува.	Кога би се зел за точен исказот „2+2=5“ само затоа што мнозинството го тврди ова. Рекламна порака „сите ги јадат нашите смоки“. Повеќе од 50% + 1 гласаа за партија X, ако не ви се допаѓа што прават, немате право на приговор до наредните избори.
<b>Повикување на отсуство на спротивен доказ</b>	анг. Appeal to ignorance  лат. Argumentum ad ignorantiam	Склоност да се верува дека некој исказ е вистинит само затоа што отсуствува доказ дека не е вистинит (како и обратното)	Кога се тврди дека некој осомничен крадел зашто не постои доказ оти е невин. (Отсуство на доказ не потврдува ниту побива тврдење).
<b>Повикување на традиција</b>	анг. Appeal to tradition лат. Argumentum ad antiquitatem	Склоност да се верува во вистинитоста на некој исказ доколку тој кореспондира со искуството и традицијата	Тврдење дека некоја болест се лекува со баење само затоа што таква била традицијата во семејството, со генерации наназад.
<b>Лажна дихотомија</b>	анг. False dichotomy	Склоност да се претстават само две (обично спротивставени) можности како единствен избор, во случај кога постојат повеќе	Тврдење дека ако некој не е приврзаник на ВМРО-ДПМНЕ, мора да е приврзаник на СДСМ.

<b>Лажна аналогија</b>	анг. False analogy	Склоност да се направи аналогија меѓу две неповрзани работи, и потоа аналогијата да се искористи за да се направи претпоставка.	Тврдење дека еден работник во голема корпорација треба да биде експлоатиран, затоа што тој е спореден со шрафче во голема беспрекорна машина.
<b>Селективен доказ</b>	анг. Cherry picking	Склоност кон укажување на факти што говорат во прилог на застапувано тврдење и истовремено игнорирање на факти што се против истото.	Тврдење дека вакцини предизвикуваат аутизам доколку е засновано на истакнување изолирани позитивни наоди и игнорирање мнозинство негативни.
<b>Кружно расудување</b>	анг. Circul arargument  лат. Circulus in probando	Склоност да се докаже вистинитоста на едно тврдење под претпоставка дека е вистинито. Употреба на целен заклучок како појдовна претпоставка.	Тврдење дека секој убиец има ментално растројство зашто само ментално растроена личност би извршила убиство.
<b>Аргумент што произлегува од повторување</b>	анг. Argument from repetition  лат. Ad infinitum	Склоност репетитивно да се тврди дека некој исказ е вистинит дури и кога е докажано дека е невистинит	„Илјада пати повторена лага станува вистина“
<b>Аргумент против човекот</b>	анг. Personal attack лат. Ad hominem	Склоност да се нападне некое тврдење преку напад на личноста што го застапува истото.	Тврдење дека некој не е повикан да изнесе став на тема за која е квалификуван, преку обид за дискредитација на неговиот карактер наместо на неговото знаење.
<b>Повикување на емоции</b>	анг. Appeal to emotion  лат. Argumentum ad passiones	Склоност за употреба на говор заснован на убедување наместо на факти, со цел да се предизвикаат емоции кај соговорникот и да се победи во дискусија.	Тврдење дека сите кучиња-скитници треба да се евтаназираат врз основа на опис на потресна сцена каде што дете е нападнато од куче-скитник.
<b>Склоност кон потврда на сопствено гледиште</b>	анг. Confirmation bias	Склоност за присетување, фаворизирање и трагање по информации што ги потврдуваат постојните ставови.	Тврдење дека негативен пример за припадник на малцинска заедница е доказ што го потврдува стереотипното верување за целата заедница.



<b>Склоност кон селективност во внимание</b>	анг. Attention bias	Склоност да се обрнува поголемо внимание на информации што носат поголема емотивна или когнитивна вредност, а да се игнорираат другите.	Кога активно се бараат докази за закана од терористички напад поради зголемен страв дека истиот може да се случи.
<b>Ефект на набљудувано исчекување</b>	анг. Expectation bias	Склоност да се припише поголема вредност на резултати што ги потврдуваат очекувањата од тие што не ги поткрепуваат.	Објава на студија со потенцирање податоци што се во прилог на очекувањата и занемарување податоци што не говорат во прилог на истите.
<b>Ефект на нејасност</b>	анг. Ambiguity effect	Склоност да се избегнуваат избори што вклучуваат неизвесност. И, спротивно, фаворизирање опции со познати изгледи за успех пред опции со непозната веројатност за успех.	Гласање за втор мандат на политички лидер, поради познати очекувања за практики на владеење, како и за да се избегнат изненадувања во изборот на кандидат.
<b>„По тоа, значи заради тоа“</b>	лат. Post hoc ergo propter hoc	Склоност да се верува дека ако еден настан му претходел на втор, тој е причина за негово настанување.	Тврдење дека вакцина против заушки е причина за појава на аутизам, затоа што пациентот пројавил симптоми на аутизам во период по вакцинација.
<b>Ефект на пропаднато вложување</b>	анг. Sunk Cost Fallacy	Склоност да се продолжи со поддржување т.е. вложување во неповолна опција поради минати инвестиции во неа.	Тврдење дека треба да се продолжи со воени напади со образложение дека многу војници веќе ги дале животите за земјата во таа војна.
<b>Занемарување основни податоци</b>	анг. Base rate error	Склоност да се процени врз основа на специфични податоци, без да се земат предвид основните податоци за дадениот случај.	Тврдење дека пациент со ХИВ мора да е хомосексуалец, бидејќи инфекцијата е почеста кај таа популација, без да се земе предвид дека таа популација чини мал процент од вкупното население.



## Медиуми

*Новинарство е кога се објавува она што некој не сака да биде објавено. Сè останато е односи со јавноста.*

*- Џорџ Орвел, британски новинар и писател*

Има многу дефиниции за тоа што претставуваат медиумите (зависно од аспектот), но, според најопшта дефиниција, медиумот е комуникациски систем преку чии канали се пренесуваат информации.

Со поимот „медиуми“ во генерална смисла се опфатени сите видови средства:

- радиодифузери како телевизии и радија, дигитални медиуми (интернет-портали)
- печатени медиуми (весници, магазини)...
- технолошките уреди на кои се складирани одредени податоци: ДВД, ЦД, оптички уреди...
- телефоните, електронската пошта, СМС-пораците, но и социјалните мрежи, блогови и сл.

Во функционирањето на сите типови медиуми од огромно значење се:

- **ЈАЗИКОТ ВО МЕДИУМИТЕ** – треба да биде едноставен и разбирлив. Се препорачуваат кратки реченици. Правилото е: една реченица – една мисла. Во новинарски текст нема место за административен јазик, жаргон, клиширани фрази, фигуративен говор...

- **МЕДИУМСКИ ВРЕДЕН НАСТАН** – секој настан што е значаен за општата јавност. Настанот што е медиумски вреден е директно поврзан со интересот во јавноста, а го одредуваат навременост, конфликтност, близина, контроверзии, релевантност...

- **МАСОВНИ МЕДИУМИ (МАС-МЕДИУМИ)** – се медиумите што допираат до поширока публика (пример: телевизии што зрачат на целата територија на државата или весници што се продаваат насекаде низ државата). Поимот масовни медиуми особено станува видлив по ширењето на масовната култура.

- **ПРОГРАМСКА РАМКА (AGENDA SETTING)** – Agenda setting (или програмска рамка) се дефинира како влијание на медиумите врз изборот на содржини за составување јавна агенда.

- **„ЕКОНОМИЈА НА ВНИМАНИЕТО“ (ATTENTION ECONOMY)** – Според овој принцип, најзначајна е содржината што ќе привлече/задржи најголемо внимание на социјалните мрежи. Ова се должи на секојдневната „бомбардираност“ со информации кога насоченото внимание станува вреден ресурс. Затоа, стануваат значајни и техниките за проверка на вниманието што го предизвикала една вест: број на кликови, на допаѓања, споделувања, препраќања (преку e-mail и други медиуми), број на прегледи на страница и сл.

## Улогата и функциите на медиумите во општеството

Покрај законодавната, извршната и судската власт, медиумите претставуваат четврта, **неформална власт во едно општество**. Нивната улога е да бидат куче-чувар (*public watch dog*) на јавниот интерес.

Традиционалната поделба на медиумите според нивната цел е на **информативни, едукативни и забавни**, па според тоа, тие извршуваат три основни функции (Сл. 2):



Слика 2 - Основни (традиционални) функции/поделби на медиумите во општеството

Освен наведените традиционални функции, медиумите имаат и аналитичка и критичка функција, т.е. тие служат и за да ги анализираат и коментираат пораките.

Основната улога на медиумите во општеството е да поттикнуваат плурализам на мислења и јавни дебати, да промовираат демократски вредности и да го поттикнат граѓанското учество во општествениот живот, а нивна главна заложба е слободата на изразувањето.

## Медиумите во општествената реалност

*Не е вест ако куче каснало човек,  
вест е ако човек каснал куче.  
- Алфред Хармсфорт, издавачки  
магнат во Велика Британија,  
19 век*

### Медиумите и политиката

Политиката во една земја многу зависи од сликата за политичката реалност што ја прикажуваат медиумите.

Политичарите како центри на моќ отсекогаш се обидувале да имаат што поголема контрола врз содржините и информациите што ги пласираат медиумите. Од друга страна, медиумите се во секојдневна трка по нови и ексклузивни информации, кои ќе го задржат вниманието на јавноста. Оттаму, често се создава повратна спрега меѓу овие актери, во која дел од медиумите се обидуваат да ги откријат новостите директно од самите вршители на јавни функции. На тој начин медиумите стануваат посредник на пораки помеѓу политичарите и граѓаните. **Таа медијација сè повеќе е двонасочна, па освен пораките од политичарите до јавноста, медиумите стануваат посредник што пренесува информации и од јавноста кон политичарите.**

**Уредувачка политика е начинот на кој медиумите ги прифаќаат, избираат и претставуваат политичките настани.**

Влијанијата врз медиумите може да се вршат на различни начини. Најчест начин е преку директен притисок врз сопствениците на медиумите и уредниците, како и со заплашување или опструкција на работата на новинарите. Треба да се потенцира дека работата на медиумите зависи и од нивната економска стабилност како и отпорноста на економски влијанија. Имено, огласувачите, односно спонзорите преку својот закупен простор за реклами, можат да го уценуваат медиумот и да одлучуваат во негово име дали одредена вест ќе се појави во вестите.

### Регулаторни и саморегулаторни медиумски институции

#### Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (АВМУ)<sup>7</sup>

Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги е самостојно и независно непрофитно регулаторно тело со статус на правно лице со јавни овластувања да ја регулира медиумската сфера согласно Законот.

Една од надлежностите на АВМУ е да ја промовира и унапредува медиумската писменост. Оваа институција изработи и Програма за поттикнување на медиумската писменост во Република

Северна Македонија.<sup>8</sup> Целта на програмата е да се подигнат свеста и разбирањето на медиумската писменост и да се подобрат условите за граѓанско и демократско учество. Во 2017 година, по иницијатива на Агенцијата, беше формирана македонската Мрежа за медиумска писменост.

Истражувањето<sup>9</sup> на медиумската писменост кај возрасната популација на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (АВМУ) спроведено во 2016 година, покажа дека 50,95% од испитаниците се изјасниле оти не ги отфрлаат или игнорираат сите објавени информации ако забележат суштински разлики во информирањето на медиумите за исти настани, 45,90% ги отфрлаат, а 3,15 % не размислувале.

### Совет на честа<sup>10</sup>

Советот на честа е саморегулаторно тело на новинарите во Северна Македонија. Неговата основна задача е да се грижи и да ги промовира етичките принципи, критериуми и стандарди на професионалното и одговорно новинарство наведени во „Кодексот на новинарите на Македонија“.

Доброто или етичкото новинарство е во интерес на јавноста. Тоа нуди информации што се точни, проверени, избалансирани. Таквото новинарство е глас на јавноста и тоа не е и не смее да биде партизирано и мора да прави разлика меѓу фактите, коментарот и мислењето – со што практично ќе се разликува од пропагандното новинарство или од таблоидното – кои задоволуваат некакви други цели или интереси и кои не се придржуваат целосно на Кодексот. Со запазувањето, почитувањето и промовирањето на Кодексот се подобрува кредибилитетот на медиумите во јавноста и тие се доживуваат не само како слободни, туку и како одговорни. Во исто време, почитувањето на Кодексот го штити и самиот новинар – бидејќи му дава право да не прифати нешто што не е во согласност со професионалните стандарди и воедно го иззема од судот на другите, оставајќи го на судот на колегите.

Секој граѓанин може да достави претставка до Советот на честа ако се сомнева дека некој новинар во неговото известување ги прекршува професионалните стандарди и етика. Советот на честа има обврска да ја разгледа претставката и да утврди дали новинарот известувал согласно Кодексот на новинарите.

### Совет за етика во медиумите во Македонија<sup>11</sup>

Советот е орган за саморегулација на медиумите и својата активност, главно, ја базира врз утврдување јавни морални санкции за медиумите што не ги почитуваат професионалните/етичките стандарди, Кодексот на новинарите и принципите на Меѓународната федерација на новинарите.

Мисијата на Советот е да се залага за одржување и за унапредување на етиката и на професионалните стандарди во медиумите, како за своите членки, така и општо во медиумската заедница во Северна Македонија. Воедно ја следи и ќе реагира на секое нарушување на етиката и професионалната реалност генерално и силно и постојано ќе се залага за слободата на говорот, борбата против цензура и автоцензура, како и за отстранување на сите пречки за медиумите и новинарите за да работат во согласност со правилата на професијата и моралните норми во новинарството.

Визијата на СЕММ е да се стреми медиумите во Северна Македонија да ги прифаќаат принципите на професионалното и етичкото новинарство, постојано грижејќи се за слободата на мислата, на говорот и интересите на јавноста. Истовремено, ја поттикнува јавноста да ја поддржува саморегулацијата и да придонесе медиумите да бидат непристрасни, независни и урамнотежени во својата работа.

Целта на СЕММ е унапредување на етичките правила и норми во новинарството и подигнување на свеста на јавноста за професионалните и етичките стандарди што треба да ги почитуваат медиумите.

## Како медиумите ја претставуваат и креираат реалноста

Една информација за конкретен настан нужно содржи извесна доза толкување на тој настан. На филозофско ниво тоа е така затоа што реалноста е пренесена од субјект зад кого стојат одредени лични емотивни, образовни и социјални искуства, па оттука, субјективитетот не може да се исклучи во процесот на пренесување на реалноста.

**Сè што медиумите пласираат во јавноста во својата суштина е конструкција. Ограничен број селектирани информации даваат ограничена медиумска слика за реалноста. Тоа зависи од многу фактори како што се:**

- изборот на фокусот и начинот на известување,
- уредувачката политика на медиумот,
- формата на текстот, односно прилогот
- содржината на текстот, односно прилогот,
- начинот како е создаден
- јазикот во информацијата

**Новинарот, односно уредникот избираат кои информации ќе бидат пласирани, на кој начин ќе бидат обликувани, а со тоа создаваат мала низа „конструкции“. Во медиумите новинарот и уредникот почитуваат:**

- **ПРОГРАМСКА/УРЕДУВАЧКА РАМКА (AGENDA SETTING)** - Се дефинира како влијание на медиумите врз изборот на содржини за составување јавна агенда.
- **„ЕКОНОМИЈА НА ВНИМАНИЕТО“ (ATTENTION ECONOMY)** - Според овој принцип, најзначајна е содржината што ќе привлече/задржи најголемо внимание на публиката. Подетално објаснување за овој принцип можете да прочитате на страна 21.

Новинарот и одговорниот уредник на медиумот ја прават селекцијата за тоа што е **медиумски вреден настан** за да биде емитуван во вестите. Уредникот одлучува дали прилогот, т.е. текстот ќе биде објавен во првите минути од вестите, односно на првите страници од весникот.

Реалноста во медиумите може да биде претставена на многу начини, во зависност од тоа за каков медиум станува збор и која е целта што треба да се постигне. Новинарот и уредникот се главните креатори на начинот на кој ќе се презентира информацијата затоа што тие го прават изборот на формата и на содржината на веста.

## Примери за конструирани наслови и вести:

Наслов	Објаснување
(ФОТО) Страшна сообраќајка кај Струмица – Крв на сите страни <sup>12</sup>	Насловот тврди дека имало „крв на сите страни“, но во текстот се вели дека „нема информации за повредени или загинати“. Доколку немало повредени или загинати, а во случајов не се знае дали имало, не може ни да има крв на сите страни. Во информацијата добиена од Автомото-сојузот на Македонија никаде не се спомнува дека сообраќајката била тешка и оти имало крв на сите страни. Овој податок, медиумот тенденциозно сам си го додал за да го направи насловот бомбастичен, сензационален и манипулативен. Насловната конструкција е формирана само за да привлече што е можно поголем број кликувања на веста, а притоа свесно го манипулира и го мамичитателот што ќе ја кликне веста и ќе ја прочита информацијата.
Фото: Катица Јанева со кривична пријава против Латас <sup>13</sup>	Збунувачки и нелогичен наслов. Погрешно е тврдењето дека СЈО може да поднесе кривична пријава. Кривична пријава се доставува до јавен обвинител, а не поднесува јавниот обвинител.
ШОК, ТРАУМА И КОНТУЗИЈА ОД БРИСЕЛ ЗА ФАМИЛИЈАТА НА ГРУЈО И МИЈАЛКОВ: Во најновиот извештај за Македонија, ЕК ќе бара и специјално судско одделение <sup>14</sup>	Предолга насловна конструкција, која натежнува од медицински термини од кои дел се бесмислени во овој контекст („контузија“). Насловот зборува за извештај на Европската комисија, а се илустрира со зградата на Европскиот парламент.
Македонски девојки се проституираат на црногорски јахти <sup>15</sup>	Главниот проблем во овој текст е во насловот, во кој се изнесува сериозно тврдење за кое не е понудена поткрепа. Ова е етички неприфатливо зашто доведува до манипулација на читателите.
Додека градоначалникот на Куманово носи цвикери од стотици евра ова 8-члено семејство нема шпорет за греење и живее во голема сиромаштија <sup>16</sup>	Врз оваа информација е „накалемен“ спинерски наслов, кој има цел да извади кабаетлија политичар, кој нема ама никаква врска со веста. Најпрвин затоа што се случува во сосема друга општина – во Старо Нагоричане, каде што градоначалник е друга личност и е од друга политичка опција, ако веќе тоа станува битен момент. Навистина е нејасно како може кумановскиот градоначалник да биде одговорен за нешто што се случува во друга општина?

<p>(АНАЛЗА) Пред банкрот се 11 земји во светот<sup>17</sup></p>	<p>Текст од 20-ина реда не може да се нарече „анализа“ (а, пак, „аналза“, како што погрешно стои во насловот, никако). Кога овој збор ќе се употреби и тоа на вака доминантна позиција, читателите очекуваат пообемно и аналитичко обработено четиво, каде што има сериозна и аргументирана обработка на различни видови расположливи информации, мислења и ставови, како нови сознанија.</p>
<p>Утре во Македонија започнува војна? Погледнете што ќе се случува во Бутел<sup>18</sup></p>	<p>Насловот е шпекулативен, сензационалистички, неточен и со него се најавува војна! Тој предизвикува вознемиреност меѓу граѓаните и може да поттикне насилство. Се работи за драматична најава за протестот во Бутел, кој заврши без ескалација на ситуацијата. Како одговор на протестот на Албанците за поставувањето на крстот во Бутел, навистина, излегоа и Македонците, но не дојде до поголеми тензии.</p>
<p>(ВИДЕО) ОВА МОРА ДА ГО ВИДИТЕ, ОВА САМО ПСИХИЈАТРИ МОЖАТ ДА ГО ДЕШИФРИРААТ: Самиот Груевски денеска како да беше изненаден од аплаузот, на лицето му се читаше – ПА ДАЛИ СТЕ ВИЕ НОРМАЛНИ ШТО СÈ УШТЕ МИ АПЛАУДИРАТЕ, КОИ СТЕ ВИЕ ТОА ЛУДАЦИ?!?!<sup>19</sup></p>	<p>Насловот е составен од неколку реченици, кои неправилно се поврзани со интерпункциски знаци. Во километарската пресложена насловна конструкција се изнесени лични ставови, констатации што не се поткрепени со факти, но и навреди. Насловот е само најава за тоа што може да се очекува во написот.</p>
<p>Жалбата е одбиена: Неимар две години зад решетки!<sup>20</sup></p>	<p>Насловот гласно вика: „Неимар две години зад решетки!“, а внатре во текстот пишува: „Тоа значи дека и да е прогласен за виновен, Неимар нема да оди во затвор, со оглед на тоа дека претходно не бил осудуван. Исто така, тоа значи дека Неимар нема да мора евентуално да ја напушти Барселона“. Како може да се помисли дека е можно вакви две, толку спротивставени становишта, да има во еден новинарски текст, е навистина несфатливо.</p>

Сето погоре напишано укажува на тоа дека создавањето на вестите е процес, на кој влијаат многу фактори. Нивно разбирање е клучен предуслов за критички приод кон разграничувањето на вистинските информации од дезинформациите, т.е. лажните вести.

## Медиумите во дигиталниот простор

### Дигиталните медиуми и економијата на вниманието на социјалните мрежи

Најкористени медиуми во современото општество во светот и кај нас се дигиталните медиуми. Овие медиуми практикуваат уредувачка политика што се базира на т.н. принцип на „**економија на вниманието**“ (**attention economy**), кој е главен двигател за циркулирање на информации низ социјалните мрежи и интернетот воопшто. Подетално објаснување за овој принцип можете да прочитате на страна 21.



## Медиумска писменост

### Што е медиумска писменост?

**Медиумската писменост е способност за критичко и аналитичко восприемање на информациите.** Тоа значи дека граѓаните не се пасивни примачи на информациите од медиумите. Медиумски писмени граѓани значат будна и критичка јавност, односно активни чинители во општествените процеси. Фреквентен поим е и **компјутерската, т.е. дигиталната писменост**, но таа се однесува на способноста за техничко разбирање и обработка на електронски содржини и е само еден дел од медиумската писменост. Наспрема тоа, медиумската писменост подразбира внимателно читање, гледање, разбирање и анализа на содржината на информацијата што се пренесува.

Граѓаните секојдневно преку медиумите и социјалните медиуми добиваат многу информации за различни теми од општествениот живот. Меѓу нив има и дезинформации, кои содржат неистинити содржини. Како што расте ширењето на дезинформации и пропаганда низ медиумите, така расте и потребата од медиумско описменување.

### Образовната политика и медиумската писменост

Образованието секогаш се доведува во корелација со медиумската писменост, бидејќи тоа е најважната алка во процесот на градење критичка јавност и активни граѓани. Квалитетно едуцирани граѓани што умеат да читаат со разбирање ќе можат, пред сè, да го разберат текстот што го читаат. Со разбирање на текстот, на пораката во него, тие ќе можат да разликуваат спинувани и манипулативни информативни содржини од проверени информации. Во нашиот образовен систем практикувањето читање со разбирање на часовите е малку присутно, на што се должат слабите резултати на повеќето меѓународни тестирања. Меѓународната студија ПИСА<sup>21</sup> 2015 е последен пример за таквата слика на нашиот образовен систем.

За разлика од кај нас во развиените земји способноста за читање со разбирање (јазична писменост) се практикува уште од најрана возраст и затоа во тие земји лесно се применува медиумската писменост. Со претпоставка дека јазичната писменост се практикува на часовите по македонски јазик и литература, елементи на медиумската писменост или нема или се застапени повеќе како информација во наставните програми во неколку наставни предмети.

Во учебниците по македонски јазик и литература, граѓанско образование, социологија, информатика, етика... се споменува медиумска писменост, но повеќе како запознавање на учениците со основните видови медиуми и нивното значење. Некои од овие предмети се задолжителни, а некои се изборни. Во наставните планови и програми треба да се воведат содржини од медиумската писменост, кои одговараат на потребите за создавање критичко и активно граѓанство во демократските процеси.

„Отсуството на доволно теми за медиумска писменост се одразува врз нивното знаење за влијанието на медиумските пораки, вештините на интерпретација, улогата и функциите на медиумите и, особено, за создавање критички однос кон нивните содржини.“<sup>22</sup>

Во Сеопфатната стратегија за образованието 2018-2025<sup>23</sup> и во Стратешкиот план за образование 2017-2019<sup>24</sup> при Министерството за образование воопшто не се споменува поимот медиумска писменост.

## Дигитална писменост

Поимот **дигитална писменост** (анг. digital literacy) се однесува на способноста на индивидуата да пронајде, процени, создаде и сподели јасни информации (е-содржини) преку различни дигитални платформи. Не постои една официјална дефиниција на дигиталната писменост, а таа најчесто се сфаќа како комбинација на вештини и знаења што овозможуваат секојдневна употреба на информатичко-комуникациски технологии (ИКТ) потребни за користење и создавање дигитални содржини, наречени и е-содржини, во форма на текст, слики, графички дизајни, аудио или видеоснимки.

Освен техничките вештини, за кои на почетокот на XXI век се користеше и терминот **компјутерска писменост**, модерната форма на дигитална писменост опфаќа и усвојување знаења поврзани со сродните области на медиумската писменост и критичкото мислење, како и **дигитални права**, односно човековите права во дигиталната сфера. Тие се основа за учество во општествениот живот преку користење на ИКТ, особено овозможување на активното граѓанско учество во носењето одлуки или задоволување на индивидуалните потреби во надлеженост на државата преку користење на различните електронски услуги, со што се овозможува **дигитално граѓанство**.

Така, ако како пример земеме подготовка на текстуални содржини наменети за објавување на интернет, како дел од дигиталната писменост не се смета само познавањето на софтверот за пишување текст и способноста за користењето компјутерска тастатура со одредена брзина, туку и способноста да се состави читлив текст според правилата на граматиката и стил соодветен за намената. Во таа смисла дигиталната писменост не претставува замена за традиционалните форми на писменост, туку надградба што овозможува нивна примена во дигиталната сфера.

Еден од термините што се користи паралелно со терминот дигитална писменост е и писменост за користење на вебот или **веб-писменост** (анг. web literacy), кој Фондацијата „Мозила“ го дефинира како основа за „вештини за XXI век“. Таа опфаќа вештини за „читање“, „пишување“ и „учество“, кои имаат аспекти на решавање проблеми, креативност, комуникација и соработка.

Пишување	Читање	Учество
		
Дизајн, програмирање, составување, ревидирање, ремиксување	Евалуирање, синтетизирање, навигација, пребарување	Поврзување, заштита, отворени практики, придонесување, споделување
<p>Рамката за веб-писменост на „Мозила“ е пример за пристап за промоција на дигиталната писменост. За секоја од областите на веб-страницата <a href="https://learning.mozilla.org/en-US/web-literacy">learning.mozilla.org/en-US/web-literacy</a> има предложени низа активности за учење, со вежби.</p>		

Способноста да се проценат/евалуираат пораките што луѓето ги добиваат преку различните дигиталните медиуми како дел од дигиталната писменост опфаќа способност да се испита и сфати значењето на пораките, да се оцени кредибилитетот на авторот и изложените податоци, како и техничкиот квалитет на дигиталното дело. Дигиталната писменост овозможува граѓанинот да стане општествено одговорен член на својата потесна и поширока заедница, кој ја шири свеста за нејзините различни аспекти и им помага на сограѓаните да најдат решенија за и во рамки на семејствата, на работното место или на локално или национално ниво.

Кај дел од граѓаните и новинарите што се израснати без голема „изложеност“ на дигиталните технологии како што е тоа случај со новите генерации, сè уште може да се забележи одредено ниво на непријатност (т.н. технофобија) или отпор кога се иницираат прашања поврзани со овие области, поради предрасудата дека за тоа е потребно експертско познавање што го имаат само високостручните информатичари. Напротив, како што блископоврзаниот концепт на медиумска писменост не смее да го монополизираат само комуниколозите или новинарите, така и дигиталната писменост (со која поради медиумската конвергенција често се препокриваат) е поле на интерес и за образовните институции, граѓанските организации и медиумите, без разлика на тоа дали тие се веќе специјализирани за покривање одредени информатички прашања. Целта на СЕММ е унапредување на етичките правила и норми во новинарството и подигнување на свеста на јавноста за професионалните и етичките стандарди што треба да ги почитуваат медиумите.

## Дигитални права

Дигиталните права претставуваат збир од основни човекови права во дигиталното опкружување и ги опфаќаат правото на приватност, правото на заштита на личните податоци, правото на слободно изразување и говор, правото на информирање и авторските права. Овие права сè повеќе се актуализираат, со оглед на сè поприсутното користење на информатичките технологии во секојдневниот и во професионалниот живот, како и на бројот на граѓаните што ги користат. Она што е посебна карактеристика за овие права во информатичкото општество е што тие најчесто се

практикуваат и се остваруваат заедно, во пакет. Тоа е така поради обединувачкиот концепт на информатичката дигитална технологија и новите медиуми.

Дигиталните права се опфатени со Резолуцијата за промоција, заштита и уживање на човековите права на интернет, усвоена од Советот за човековите права на ОН на 5 јули 2012 година.<sup>25</sup>

На ниво на законски рамки, голем дел од прашањата на дигиталните права во Македонија е веќе опфатен со Законот за заштита на личните податоци, Законот за електронски комуникации, Кривичниот законик (во однос на говорот на омраза) и Законот за граѓанската одговорност за навреда и клевета, како и со законите со кои се регулираат медиумската сфера и авторското и сродните права.

Застапниците на дигиталните права тргнуваат од премисата дека правата и обврските на граѓаните и во дигиталниот свет треба да имаат иста важност, како и надвор од него, па експертите од оваа област во општ случај сметаат дека не постои потреба од донесување посебни закони што би се однесувале на дигиталната сфера.

Кај организациите што во Северна Македонија се занимаваат со дигиталните права има консензус дека следните области се приоритетни:<sup>27</sup>



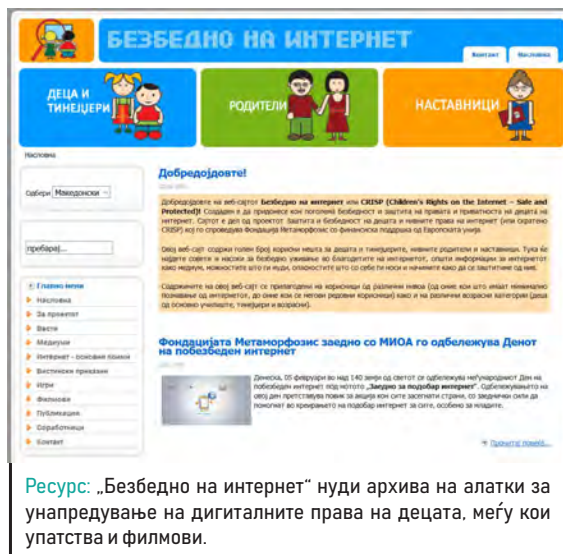
- Унапредување и примена на законските рамки – усогласување со законодавството на Европската Унија, прекин на неказнивоста
- Промовирање на слободата на говорот наспроти говорот на омраза на интернет
- Развој и промоција на дигиталната писменост
- Заштита на приватноста на комуникациите на интернет од неконтролиран надзор
- Развој, промоција и придржување на политиките за приватност
- Примена на слободната култура и авторските права
- Развој на е-владеење: отворени податоци и е-учество
- Е-инклузивност: обезбедувањето услови за вклучување на сите граѓани во користењето на придобивките на информатичкото општество е како обврска на државните органи, надминување на дигиталниот јаз, односно подвоеноста меѓу луѓето што имаат и луѓето кои од различни причини немаат пристап до „сеприсутните“ технологии.
- Унапредување на дигиталните права на децата

## Дигиталната писменост како средство за заштита на правата на децата

Заштитата на правата на децата во дигиталната сфера се однесува на сите горенаведени области, но е издвоена поради нејзината исклучителна важност. Иако децата што израснале со дигитални технологии како домашен компјутер или мобилен телефон може да имаат високо ниво на технички знаења и вештини, па одредени теоретичари за нив го користат терминот „дигитални домородци“ (анг. digital natives), ним често им недостасуваат познавања за односите меѓу луѓето, кои се стекнуваат преку воспитување и искуство, како и вештини на критичко мислење, кои се неопходни за проценка на содржини за да се заштитат од манипулации и да ги остварат нивните човекови права, како правото на безбедност.

Од клучна важност за унапредување на дигиталните права на децата е споделувањето знаења и вештини, односно образованието на децата, директно или преку едукација на две поврзани целни групи: родителите/старателите и наставниците.

Типичен пример за примена на овој пристап, со обраќање на сите три целни групи е веб-страницата [www.bezbednonainternet.org.mk](http://www.bezbednonainternet.org.mk), развиена од Фондацијата „Метаморфозис“, во соработка со Дирекцијата за заштита на лични податоци и со мрежа на граѓански организации специјализирани за детски права. Покрај упатства и вести, оваа веб-страница содржи и мултимедијални содржини како едукативни филмови и игри на повеќе јазици кои се говорат во Северна Македонија, бидејќи за ефективен пристап до децата во голем број случаи мора да се примени нивниот мајчин јазик.



Важно е да се направи дополнителна дистинкција и кај „децата“ што во македонската легислатива се поистоветуваат со малолетниците, односно лица на возраст под 18 години. Иако сите тие на некој начин користат нови технологии и често се „домородни“ во дигиталната сфера, потребите на децата на предучилишна возраст (до 6 години), децата што одат во пониските и повисоките одделенија на основното образование (6-10 и 11-14 години), како и во средно училиште (над 15 години, кои се препокриваат и со категоријата млади или младинци), од многу аспекти драстично се разликуваат и бараат различен пристап.

Како клучни проблеми во оваа област се издвојуваат две групи прашања:

- Развивањето форми на зависност, поврзани со прекумерно играње видеоигри (т.н. гејминг) или користење различни, особено мобилни уреди за впивање видеосодржини.
- Загрозување на безбедноста поради несоодветно користење на социјалните мрежи и други комуникациски алатки како системи за телефонирање и праќање пораки.

Особено критични се областите на заштита на правата на приватност и безбедност во дигиталната сфера, поради ранливоста на децата и можностите за нивна изложеност на штетни влијанија и контакти, особено преку несоодветно користење на социјалните мрежи, кои по дефиниција се наменети за повозрасни корисници. На пример, „Фејсбук“ е забранет за употреба за лица помлади од 13 години и одговорност на родителите/старателите е дали ќе им овозможат на своите деца да ги прекршат правилата на користење. Одлуката на еден наставник како средство за комуникација да се користи одредена платформа исто така може да влијае на тоа дали децата воопшто ќе станат корисници на некој софтвер и надвор од наставата, со што може да бидат изложени на влијанија на другите негови корисници, кои може да бидат и деца и возрасни.

Најефективен начин за вклучување на темите од оваа област во рамките на државниот образовен систем е надминување на перцепцијата дека се работи за „технолошки“ теми, оти така се ограничуваат на факултативно изучување во рамките на часовите по информатика. Потребно е во наставните планови да се вклучи и дополнителна едукација на педагозите, психолозите и на наставниот кадар по сите предмети, особено тие што се поврзани со развој на животни вештини и знаења за општествениот систем.



## Специфики на терминологијата поврзана со дигиталната писменост

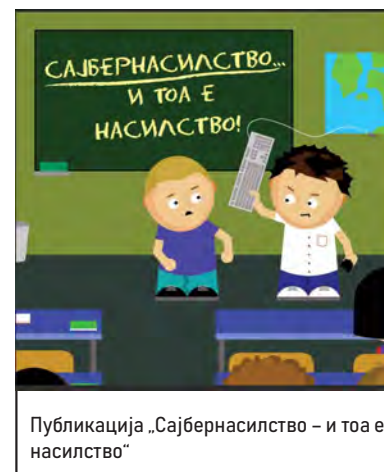
Прашањето за развојот на терминологијата поврзана со дигиталната писменост произлегува од потребата да се именуваат некои сосема нови ситуации, функции и однесувања кои произлегуваат од користењето на дигиталните технологии, за кои претходно можело, но и не морало да постои еквивалент во аналогниот свет.

Жаргонот присутен меѓу корисниците на информатичките технологии најчесто се заснова на директно увезување на англиските изрази, бидејќи во општ случај корисничкиот интерфејс е на англиски, а на истиот јазик се и најголем дел од првобитно достапните содржини. Често и во случаи кога постои локален (македонски, албански) еквивалент на одреден англиски термин, во пракса се претпочита термин што е „увезен“, наместо „изворниот“. Тоа не е нова појава поврзана само со интернет, туку е од претходно присутна во информатиката. На пример, од говорителите на македонскиот јазик терминот „компјутер“ се користи многу почесто од „сметач“. Пребарување на „Гугл“ за „компјутер“ дава 1,66 милион страници, а за „сметач“ само 16,6 илјади.

Користењето одредени комуникациски платформи често доведува до создавање заедници (онлајн-заедници), па дури и супкултури, чии припадници користењето на дадена технологија го усвојуваат како дел од индивидуалниот и групниот идентитет, развиваат посебни обичаи и свој жаргон или акцент. На пример, кај дел од децата може да се забележи дека наместо граматички правилниот „Јутјуб“, изговараат „Јутуб“.

Во претходниве триесетина години, кај одделните „генерации“ корисници (според типот на технологијата, не нужно според возраст), имаше појава на развој елементи на групна припадност кон одредена заедница, почнувајќи од „компјутерџии“ (ентузијасти за информатика од кои дел потоа стануваат професионалци преку соодветни студии или практична работа со хардвер и софтвер), „модемџии“ (корисници на првите форми на дигитални комуникации), кои прераснаа и во една од првите групи рани корисници на интернет во Северна Македонија во периодот по 1995 г. Со појавата на платформи на интернет добивме „ирцаши“ (корисници на системот Internet Relay Chat – IRC, особено на апликацијата mIRC), до денес актуелните „твитерџии“, „јутјубери“ и низа други.

Во отсуство на систем за создавање консензус за усвојување термини од оваа област во локалните јазици, термините најчесто се примаат стихично од самите корисници, додека лингвистите, преведувачите, лекторите и едукаторите често се ставени во ситуација или да најдат едноставни решенија во духот на локалниот јазик или да се приспособуваат на тоа што е станато де факто норма во праксата. На пример, како превод на англискиот термин cyberbullying, со кој се опфаќаат различните форми на вербално насилство и други видови силеџиско малтретирање во дигиталниот свет, особено тие насочени кон и меѓу децата, се користи и терминот „сајбер-насилство“, понекогаш „сајбер-заплашување“, но често и директната транслитерација „сајбербулинг“.



При тоа, обидите да се воведат термини во согласност со одредени правописни правила често не успеваат да допрат до самите корисници, кои тоа го сметаат за форма на непожелно наметнување влијание „од надвор“ и мешање во нивниот групен идентитет. Чувствата на аверзија, кои може да се појават во такви ситуации, треба да се земат предвид при планирањето и спроведувањето на едукативните активности.

Следните неколку примери на термини што се веќе во широка употреба за кои нема официјален превод на македонски јазик укажуваат на потребата кај едукаторот во оваа област да има свест

за проблемот со терминологијата и потребата нивото на јазикот со кој пристапува до одредена целна група да го приспособи на начин што ќе обезбеди максимално разбирање. Поаѓајќи од таа основа потоа може да се работи и на модификување или „поправање“ на терминологијата.

**„Тролање“ (анг. trolling)** – подбивање и потпалување на интернет-заедницата со коментари, кои најчесто се навредливи пораки, со цел намерно да создаде заблуда или лага или да се дефокусира расправата.

**„Тролови“ (анг. trolls)** – најчесто анонимни корисници на социјални медиуми (како facebook, twitter, youtube, instagram, snapchat, интернет-форуми и блогови), кои употребуваат навредлив говор, па дури и говор на омраза (често претставен под маска на цинизам), со цел предизвикување лутина, бес, паника, страв, тага, очај (т.е. негативни емоции) кај другиот, а за сопствена забава и задоволство (т.е. позитивни емоции).

Терминот „трол“ потекнува од народните приказни од северна Европа и се однесува на вид чудовиште што чека во заседа (под мост, во пештера), кое не е многу паметно и може да се надитри. На интернет се има раширено и поради влијанието на епската фантастика, во која се споменуваат такви суштества (делата на Толкин и игрите што ги користеле како инспирација).

Како сроден термин се користи и терминот „бот“, кој е скратена форма на „робот“ поради тоа што таквите корисници се однесуваат репетитивно и „механички“, без креативност и како да следат нечији туѓи инструкции или наредби. Во политичката комуникација веќе широко се користат термините партиски тролови и партиски ботови за анонимните профили креирани како дел од пропагандната „армија“ на политички партии.

**Влијателни корисници или „инфлуенсери“** (од анг. influencers) – Најчесто станува збор за добри познавачи на интернет-технологии и напредни корисници на социјални платформи, кои своите технолошки и социјални вештини ги користат со цел да се зголеми видливоста на пораките што ги шират. Во последно време преку платформите „Јутјуб“ и „Инстаграм“ популарните личности од овој тип се издигнуваат до ниво на креатори на јавното мислење, особено за одредени целни групи на кои им се обраќаат директно.

**Интернет „меме“ или „мим“** (од анг. меме, информатички еквивалент на гените, анг. gene) – секоја информација што прераснува во социјален феномен заради лесно и брзо пренесување и споделување низ социјални платформи. Вообичаено во процесот на пренесување, информацијата е менувана од различни корисници, а тоа придонесува за уште поголема видливост во виртуелниот простор. Кога корисниците споменуваат „мемиња“, најчесто се работи за шеговито видео, слика, хиперлинк или запис, но во општ случај се однесува на кој било израз на мисла што со помош на интернет се шири во уловите на корисниците на сличен начин како што гените се репродуцираат во живите организми.

**Социјален бот (анг. social bot)** – интелегентни софтвери, кои креираат или поврзуваат содржини на социјалните мрежи со цел: масовно фабрикување фиктивни кориснички профили, лажно зголемување на бројот на следбеници, масовно агрегирање и објавување лажни информации. Пософистицираните системи од овој тип имаат способност да имитираат однесување на човечки корисници до ниво на водење разговор.

## Слобода на говор наспроти говор на омраза

“

*Холокаустот не почна со убивање. Почна со зборови.  
- Меморијален музеј на жртвите од Холокаустот, САД*

”

**Слободата на говор** или слобода на изразување е основно човеково право кое се однесува на слободата на индивидуата да ги изрази своите мислења или идеи без страв од одмазда, цензура или правни последици. Во најширока смисла, **говорот на омраза** претставува злоупотреба на способностите за комуникација за злосторнички цели и затоа е прогласен за кривично дело. Едукаторите што пренесуваат знаења од оваа област треба да имаат предвид дека поради недостаток на предзнаења за концептот на човековите права, слободата на изразување и законските основи за нивна заштита при воведните активности, во својот вовед треба да посветат дел од времето на запознавање на публиката и со тие основни поими и концепти. При планирање едукативни активности од оваа област, исклучително е важно да се земе предвид и возраста на учесниците во активностите за градење капацитети или читателите. Материјалот треба да биде приспособен на возраста за да може да биде правилно разбран, како и да се избегнат недоразбирања, особено во однос на изборот на примери од секојдневието.

Ресурси: Публикации на тема говор на омраза приспособени за различни целни групи.



Водичот бр. 9 „Право на говор не е право на говор на омраза“ е наменет за помлада публика со графички елементи и поедноставен јазик и примери. Водичот бр. 10 „Говор на омраза на интернет“ е наменет за повозрасна публика и е пообеман, а содржи и детаљни објаснувања на концептите, вклучувајќи цитати и детаљно објаснување на примерите.

Публикациите се достапни во PDF формат на [nemrazi.mk](http://nemrazi.mk) и [crithink.mk](http://crithink.mk).





## Дефинирање на слободата на изразување

За да може да се направи разлика помеѓу често застапеното лаичко сфаќање на поимот говор на омраза како изјави што поттикнуваат какви било негативни чувства и неговото **правно значење** како кривично дело, треба да се објасни дека човековите права се во основа на модерниот правен систем, кој е создаден преку договор на мнозинството на човештвото по Втората светска војна. Цел на тоа договарање, со кое е создадена и Организацијата на обединетите нации (ООН) е заштита на животите и достоинството на сите луѓе во светот и спречување на воените ужаси. Во меѓународното право слободата на изразување е воведена со Член 19 на Универзалната декларација на човековите права во 1948 г. Друг клучен меѓународен документ, кој е дел од нашиот правен систем, е Европската конвенција за заштита на човековите права, која Република Северна Македонија ја има прифатено како членка на Советот на Европа. На национално ниво, ова право е заштитено со Член 16 на Уставот на РМ, кој се однесува на слободата на изразување.

Член 19 на Универзалната декларација за правата на човекот гласи:  
Секој има право на слобода на мислење и изразување, што го опфаќа и правото да не биде вознемируван за своето мислење, како и правото да бара, прима и шири информации и идеи со кои било средства и без оглед на границите.

Членот 10 на Европската конвенција за заштита на човековите права гласи:  
„1. Секој човек има право на слобода на изразувањето. Ова право ги опфаќа слободата на мислење и слободата на примање и пренесување информации или идеи, без мешање на јавната власт и без оглед на границите. Овој член не ги спречува државите да им наметнуваат лиценци на радиодифузните, телевизиските претпријатија или кината.  
2. Остварувањето на овие слободи, кое вклучува обврски и одговорности, може да подлежи на одредени формалности, услови, ограничувања и санкции предвидени со закон, кои во едно демократско општество претставуваат мерки неопходни за државната безбедност, територијалниот интегритет и јавната безбедност, заштитата на редот и спречувањето нереди и злосторства, заштитата на здравјето или моралот, угледот или правата на другите, за спречување на ширењето на доверливи информации или за зачувување на авторитетот и непристрасноста на судството.“

Членот 16 на Уставот на Република Северна Македонија гласи:

„Се гарантира слободата на уверувањето, совеста, мислата и јавното изразување на мислата. Се гарантираат слободата на говорот, јавниот настап, јавното информирање и слободното основање институции за јавно информирање. Се гарантира слободниот пристап кон информациите, слободата на примање и пренесување информации. Се гарантира правото на одговор во средствата за јавно информирање. Се гарантира правото на исправка во средствата за јавно информирање. Се гарантира правото на заштита на изворот на информацијата во средствата за јавно информирање. Цензурата е забранета.“

Важно е да се разбере дека слободата на изразувањето не е апсолутно право, туку како и сите други човекови права е ограничено со некршење на правата и достоинството на другите луѓе.

Говорот на омраза е злоупотреба на која било форма на изразување чиј краен резултат е поттикнување и овозможување вршење други кривични дела, односно креирање атмосфера за вршење други кривични дела, меѓу кои почнување освојувачки војни, геноцид, етничко чистење или политички прогон, односно масовни убиства на луѓе врз основа на нивната групна припадност.

За учесниците на обуки или читатели на едукативни материјали кои не се правници, важно е да се објасни дека членувањето на Република Северна Македонија во Советот на Европа значи оти врховно судско тело во нашиот правен систем е Европскиот суд за човековите права (ЕСЧП) во Стразбур.



Пример за говор на омраза – графит со кој се повикува на геноцид по етничка основа (со црно) и втор графит со кој е изразен отпор кон злосторството (со зелено).

Судовите во РМ се обврзани со закон да ја применуваат праксата на ЕСЧП во своето работење, така што претходните пресуди на овој суд мора да се користат како основа за одлучување. Затоа при едукативни активности од оваа област, покрај информации за случаи од земјата (ако ги има) се пренесуваат и информации за пресудите на ЕСЧП. Тие служат како модел за тоа што би била крајна одлука во врска со даден случај, меѓу другото и во ситуации кога странките се незадоволни од пресудите на судовите во нивната земја.

Како што укажува проф. д-р Мирјана Најчевска, експертка за човекови права: „Кога ЕСЧП ќе донесе пресуда, тоа е пресуда против државата што не успеала да ги заштити правата и слободите на луѓето гарантирани со Европската конвенција за човекови права“<sup>28</sup>. Спроведувањето на пресудите се состои во исплата на одредена оштета на жалителот и разрешување на конкретниот случај и спроведување такви промени што ќе спречат идни исти или слични случаи.

Членките на Советот на Европа, меѓу кои спаѓа и РСМ, поради нивното директно искуство со катастрофалните последици од Втората светска војна и холокаустот имаат заземено став дека за формите на изразување што содржат говор на омраза мора да постојат законски ограничувања, како превентивна мерка против повторна појава на фашизам, односно нацизам.

За разлика од Европа, други средини, кои немале директно искуство со фашистичка окупација во својата историја, имаат поинаков однос кон говорот на омраза во нивниот правен систем. На пример, во САД судовите не го гонат како посебно кривично дело, но го земаат предвид како отежнувачка околност во случаи на **злосторства од омраза**, т.е. потребно е да се докаже дека довел до други видови криминално однесување, како насилство, убиства итн. мотивирани од омраза кон општествената група на која припаѓа или вршителот сметал дека припаѓа жртвата.

## Дефинирање на говорот на омраза

Во европскиот правен систем, од кој е дел и нашата земја, при одредувањето што е, а што не е говор на омраза се користи следната **ориентирачка дефиниција**, според која за говор на омраза се сметаат:

„...сите облици на изразување што шират, распалуваат, поттикнуваат или оправдуваат расна омраза, ксенофобија, антисемитизам или други облици на омраза заснована врз нетолеранција, вклучувајќи и нетолерантност изразена во форма на агресивен национализам и етноцентризам, дискриминација или непријателство против малцинства, мигранти и лица со имигрантско потекло“. (Препорака бр. Р(97)20 на Комитетот на министри на Советот на Европа за говорот на омраза од 1997 година).

Генерално, говорот на омраза се поврзува со различните видови екстремистички изразувања:

- широк спектар на екстремно негативен говор
- екстремни форми на омраза и поттикнување омраза
- екстремно повредувачки и потпалувачки изрази
- екстремни форми на предрасуди и негативни стереотипи.

Во најшироката дефиниција на говор на омраза спаѓаат сите форми на изразување што шират, поттикнуваат, промовираат или оправдуваат омраза заснована на нетолеранција, врз која и да е дискриминаторска основа. Говорот на омраза е злоупотреба на слободата на изразување што се состои во повреда на правата на другите.

Опфатот на дефиницијата на говор на омраза не се однесува само на говор или пишан текст, туку може да опфати различни облици на изразување: јавно користење симболи на омраза (на пр. кукест крст или запален крст), постери, летоци, карикатури, графити, музика, видеа, видеоигри или содржини објавени преку традиционалните медиуми или на интернет.

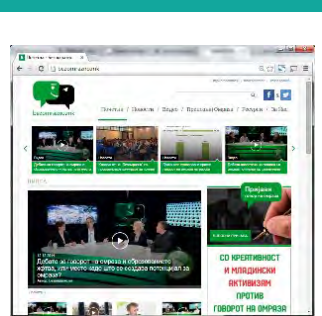
Под говор на омраза „онлајн“ или „на интернет“, или „сајбер-омраза“, се подразбира која било употреба на технологијата на електронски комуникации за ширење антисемитски, расистички, ксенофобични, дискриминаторски, екстремистички или терористички содржини.

На интернет исто така има низа ресурси, кои можат да се користат како извори на едукативни материјали и примери при предавања и дискусии за говор на омраза.

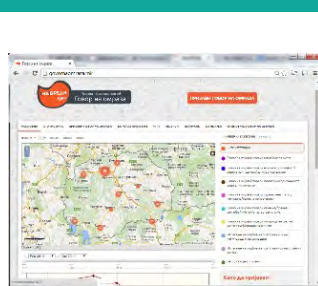
## Ресурси на интернет: Веб-страници кои од различни аспекти го третираат говорот на омраза



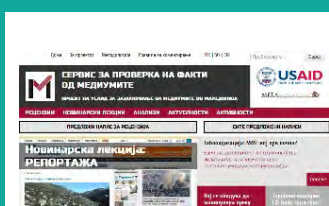
nemrazi.mk  
Сеопфатна архива на ресурси и вест.



bezomrazno.mk  
Едукативни видеоклипови и ТВ-дебати.



govornaomraza.mk  
Мапирање на случаи на говор на омраза.



proverkanafakti.mk  
Анализи и новинарски рецензии на појава на говор на омраза во медиумите.

Сродни поими на говорот на омраза се и:

**Сеење страв (анг. fear mongering/scare mongering)** – Сеење страв е техника на ширење неосновани шпекулации или озборувања за одредена опасност што надоаѓа. Целта е да се предизвика страв кај јавноста за одредено прашање.

**Алармизам (анг. Alarmism)** – Алармизмот е претерано или прекумерно предупредување за одредена вистинска или замислена закана, како што е ширењето на смртноста од заразна болест. Иако ризиците се мали, медиумите може да ја направат состојбата во извештаите сензационалистичка.

## Предрасуди и недоразбирања за говорот на омраза

Основен предизвик со кој се соочуваат едукаторите што работат на разбирање на говорот на омраза е слабото предзнаење на оваа тема меѓу граѓаните. Говорот на омраза е правен термин, но неговата дефиниција во правна смисла сè уште не е дел од општата култура, бидејќи и не била обработувана како дел од формалното образование во изминатите децении, па поголемиот дел од населението и немал можност да ја усвои.

Згора на тоа, во многу случаи, говорот на омраза, поради неговата емотивна компонента, многумина го поистоветуваат со каква било форма на изразување, која може да предизвика негативни емоции како омраза, страв, одвратност, понижување, навреденост итн. Едукаторот мора да биде подготвен да укаже на разликите и поклопувањата помеѓу овие категории. Говорот на омраза може да содржи навреди и клевети, но не мора – пораки со кои се повикува на уништување или прогон на одредени видови луѓе може да се искажат и со сосема „пристојни“ зборови.

И, обратно, една изјава може да содржи и навреди и клевети и да поттикнува омраза кон поединец, но доколку не ја допира неговата припадност кон општествена група може да не ги исполнува критериумите за кривичното дело говор на омраза. Во тој случај засегнатото лице не може да покрене кривична постапка против починителот, туку правдата да ја бара преку приватна тужба според Законот за граѓанската одговорност за навреда и клевета.

**Клучно е да се објаснат поклопувањата и разликите меѓу говорот на омраза и:**

- Клевета и навреда
- Дискриминација
- Криминал од омраза... во правна смисла.

*„Новинарот нема свесно да создава ниту преработува информации што ги загрозуваат човековите права или слободи, нема да говори со јазикот на омразата и нема да поттикнува насилство и дискриминација по која било основа (национална, верска, расна, полова, социјална, јазична, сексуална ориентација, политичка...)“.*

*- Член 10 од Кодексот на новинарите на Македонија*

## Примери за говор на омраза

Бидејќи во РМ говорот на омраза се користи секојдневно и темата говор на омраза често е поврзана со актуелни политички случувања, особено внимание треба да се посвети на изборот на примери што се користат при обуки. Поради поларизацијата што може да влијае и на учесниците, важно е предавачот да биде подготвен да одговара на провокативни прашања во врска со изборот на примерите и да знае да ја објасни врската на дадениот пример со исполнувањето (или неисполнувањето) на критериумите за говор на омраза врз основа на дефинициите и законските решенија.

Пожелно е примерите да опфаќаат што поширока лепеза на општествени чинители и да бидат конкретни. По потреба примерите може да бидат анонимизирани, освен ако идентитетот на учесниците има улога во ситуацијата – на пример, директно е поврзан со нивната општествена положба, која им овозможува моќ за ширење говор на омраза или промоција на дискриминација. Треба да се има на ум дека користење премногу апстрактни примери не е пожелно, наспроти дискутирање појави од секојдневниот живот, медиумската продукција и социјалните мрежи во кои може директно да се најдат учесниците на обуките или читателите. Со тоа ќе им се помогне да развијат способности за препознавање како прв чекор во превенцијата на штетните дејства.

Основен предизвик при изборот на примери од секојдневието е недостатокот на судска пракса во Република Северна Македонија. Бидејќи се работи за кривично дело, најконструктивно е да се зборува врз основа на донесени пресуди, а во ситуација на недостаток на такви домашни примери корисно е да се дискутира за примери од историјата, особено од меѓународното право или за современи примери од земји со компатибилен правен систем.

**Историски примери: Насловни страници на публикации чиј издавачи биле осудени за поттикнување геноцид од страна на меѓународни судови.**



Лево: Говор на омраза кон Евреите во „Јуришник“ од нацистичка Германија. Неговиот издавач е осуден на смрт во Нирнбершките процеси за поттикнување геноцид.

Десно: Дехуманизација и поттикнување геноцид преку весникот „Кангура“ од Руанда. Народот Тутси го нарекува „лебарки“ и препорачува мачета како оружје за конечна пресметка со нив.





Со оглед на тоа што по закон тие мора да служат како водилки за судската пракса во РМ, еден пристап при анализа на домашни случаи за кои нема судска пресуда е споредба со пресуди на Европскиот суд за човековите права (ЕСЧП). Во е-библиотеката на „КриТинк“ (crithink.mk) се поместени низа публикации кои содржат примери од овој тип. Со оглед на временските и другите ограничувања на обуки најчесто се користи по еден или два примера од област, кои може да служат и како поттик за дискусија преку која учесниците ќе го применуваат критичкото мислење.

- Расистички и ксенофобичен материјал: секој пишан материјал, секоја слика или која и да е друга репрезентација на идеи или теории што застапуваат, промовираат или поттикнуваат омраза, дискриминација или насилство, против која било индивидуа или група индивидуи, врз основа на раса, боја на кожа, национално или етничко потекло, како и религија...

- Говорот на расна омраза опфаќа поширок опфат од боја на кожа, етничко и верско потекло. ЕСЧП има донесено пресуди за:

- Политички летоци со слогани како: „Да се спротивставиме на исламизацијата на Белгија“; „Стоп за вештачката политика на интеграција“; „Испратете ги дома доселениците што бараат работа“.

- Руски граѓанин е осуден за поттикнување етничка, расна и верска омраза поради статии во кои Евреите се прикажуваат како извор на злото во Русија.

- Говор на омраза врз основа на сексуална ориентација: Судот пресудил против растурач на летоци во училишта со кои тврделе дека хомосексуалноста е „девијантна сексуална наклоност“ што има „морално деструктивен ефект врз суштината на општеството“ и е одговорна за развојот на ХИВ и СИДА. Изјавите од летоците претставувале сериозни тврдења базирани на предрасуди, иако не биле директен повик на акции поради омраза.

- Говор на омраза што поттикнува физичко насилство: Сопственик на турски неделник каде што биле објавени две писма од читатели е осуден и за предизвикување непријателство и омраза меѓу луѓето. Едно од писмата идентификувало лица со нивните имиња и ги изложило на можен ризик од физичко насилство.

- Поттикнување геноцид: Меѓународниот суд за воени злосторства во Руанда го осудува сопственикот на радиото РТЛМ за поттикнување геноцид („избрано оружје што го користел за да предизвика убивање Тутси цивили“). Говорот на омраза во РТЛМ и „Кангура“ е осуден како прогонување. Нема потреба говорот на омраза да содржи повик за акција или да има врска помеѓу прогонувањето и актите на насилство.

- Одговорност на медиумите и интернет-платформите: Во случајот „Делфи против Естонија“ ЕСЧП утврди директна одговорност на медиумот за коментарите на неговите читатели. Ако уредникот или администраторот на портал може да влијае на видливоста на коментарите пред да се објават (со одобрување) и по нивното објавување (со бришење), има уредничка одговорност за нивната содржина, која е предмет на законски санкции.

Повторно, при споделување, објаснување и дискусија на примери, исклучително е важно да се земат предвид карактеристиките на целната публика и изборот да биде соодветен на возраста. Доколку некои од примерите содржат материјал што може да се смета за вознемирувачки, важно е да се предупреди публиката и да се објасни зошто е важно да бидат запознаени баш со тој материјал. Ова е особено важно ако се работи со малолетници. Во такви ситуации е подобро усно да се опише случајот, наместо да се прикаже слика или видео што содржи прикази на насилство или елементи на порнографија или други содржини кои се несоодветно или дури и забранети за гледачи од таа возрасна група.

## Што понатаму?

На крајот на секоја дискусија за говорот на омраза неопходно е да се посочат начините за справување со оваа појава кои се достапни за граѓаните на Република Северна Македонија. Важно е да се укаже дека секој граѓанин може и треба да игра активна улога во борбата со говор на омраза и тоа преку следните чекори.

- (1) Едукација за запознавање со поимите поврзани со говорот за омраза
- (2) Препознавање на говорот на омраза, на пр. во медиумите или на социјалните мрежи
- (3) Посочување дека одредена содржина е говор на омраза, на пр. во дискусија со пријатели
- (4) Упатување жалби до уредник или издавач
- (5) Поттикнување јавна дебата преку комуникација со Сервисот за проверка на факти и проектот „Со критичко мислење до граѓани со медиумска умешност – Критинк“, кои потоа изработуваат јавно достапни стручни анализи на случаите
- (6) Користење механизми за пријава на онлајн-платформи (за кршење на правилата на користење)
- (7) Упатување претставки до Комисијата за жалби на Советот за етика за медиумите или Здружението на новинарите на Македонија (ЗНМ)
- (8) Поднесување жалба до Агенцијата за аудио и аудиовизуелни услуги – АВМУ (надлежна за радиодифузни и печатени медиуми, но не и за онлајн-медиуми)
- (9) Поднесување пријава во полиција, според која јавното обвинителство може да одлучи да покрене кривична постапка.

Следната табела<sup>29</sup> на едно место ги сумира податоците за контакт на институции што нудат помош во ситуации поврзани со говор на омраза и дискриминација.

Институции/НВО	Веб-страница	Телефон	Е-пошта
Министерство за внатрешни работи	<a href="http://www.mvr.gov.mk">www.mvr.gov.mk</a>	192	<a href="mailto:kontakt@moi.gov.mk">kontakt@moi.gov.mk</a> <a href="mailto:cybercrime@moi.gov.mk">cybercrime@moi.gov.mk</a>
Јавно обвинителство	<a href="http://www.jorm.gov.mk">www.jorm.gov.mk</a>	(02)3298 288	<a href="mailto:jorm@jorm.org.mk">jorm@jorm.org.mk</a>
Комисија за заштита од дискриминација	<a href="http://www.komspi.mk">www.komspi.mk</a>	(02)3232 242	<a href="mailto:contact@kzd.mk">contact@kzd.mk</a>
Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги	<a href="http://www.avmu.mk">www.avmu.mk</a>	(02)3103 400	<a href="mailto:contact@avmu.mk">contact@avmu.mk</a>
Здружение на новинарите на Македонија	<a href="http://www.znm.org.mk">www.znm.org.mk</a>	(02)3298 139	<a href="mailto:contact@znm.org.mk">contact@znm.org.mk</a>
Совет за етика во медиумите на Македонија	<a href="http://www.semm.mk">www.semm.mk</a>	(02)3222 595	<a href="mailto:info@semm.mk">info@semm.mk</a>
Хелсиншки комитет за човекови права на Македонија	<a href="http://www.mhc.org.mk">www.mhc.org.mk</a>	(02)3119 073	<a href="mailto:helkom@mhc.org.mk">helkom@mhc.org.mk</a>
Народен правобранител на Република Северна Македонија	<a href="http://ombudsman.mk">ombudsman.mk</a>	(02)3129 335	<a href="mailto:contact@ombudsman.mk">contact@ombudsman.mk</a>
Онлајн-платформа „Пријави говор на омраза“	<a href="http://www.govornaomraza.mk">www.govornaomraza.mk</a>	(02)3290 469	
Онлајн-платформа „Криминал од омраза“	<a href="http://zlostorstvaodomraza.com">zlostorstvaodomraza.com</a>	(02)3290 469	
Сервис за проверка на факти од медиумите	<a href="http://proverkanafakti.mk">proverkanafakti.mk</a>	(02)3109 325	<a href="mailto:info@metamorphosis.org.mk">info@metamorphosis.org.mk</a>
Со критичко мислење до граѓани со медиумска умешност – Критинк	<a href="http://crithink.mk">crithink.mk</a>	(02)3109 325	<a href="mailto:info@metamorphosis.org.mk">info@metamorphosis.org.mk</a>

Табела 2 – Институции што нудат помош во ситуации поврзани со говор на омраза и дискриминација

## Дезинформации, пропаганда и спин

Свето секојдневно е бомбардиран со информации. Дел од нив имаат погрешна содржина, некои имаат штетна намера, а тие што имаат погрешна содржина и се креирани со штетна намера се нарекуваат **лажни вести или дезинформации**.

## Што е лажна вест?

Поимот „лажни вести“ е разговорен, широко распространет и во секојдневната употреба најчесто означува неточно информирање (кое содржи неvistинити податоци, настани или изјави) што се пласира како вистина со цел да привлече поголемо внимание во јавноста заради одредена, скриена агенда. Според дел од теоретичарите, лажните вести се категоризирани како поттип на т.н. **жолт печат** или на **пропагандата**.

Сепак, согласно препораките на експертската група на Европската комисија,<sup>30</sup> поимот „дезинформации“ е посоодветен од „лажни вести“ од две причини:

1. Зборот „лажни“ погрешно наведува на заклучок дека станува збор за информации што се целосно неточни, додека во секојдневната пракса најчесто неvistината се комбинира со факти за да се создаде впечаток на уверлива информација. Освен тоа поимот „вест“ погрешно наведува дека станува збор за новост пренесена од класични средства за јавно информирање, додека во пракса тоа може да биде и информација што е пласирана преку алтернативни и неконвенционални извори за информирање.
2. Поимот „лажна вест“ често се злоупотребува од политичките елити со цел да се означат како неvistинити сите информации што доаѓаат од политички опоненти.

При лажното информирање најчесто се користат различни техники за манипулација со информации како: шпекулација, спинување, сатирична вест, измислено интервју. Целосен преглед на сите техники за манипулација со информации низ развојниот циклус на една дезинформација (од нејзино создавање до проширување со кончено потсилување) е даден на Табела 3



МАНИПУЛАЦИЈА НА ИНФОРМАЦИИ	ЦИКЛУС
<p>Комбинација на факт со фикција, коментар со информација, вистина со лага</p> <p>Манипулација при селекција на информации (вадење од контекст, спинување)</p> <p>Манипулација со придружен материјал (документаристички аудио/видео содржини)</p>	СОЗДАВАЊЕ
<p>Таргетирано рекламирање (насочено кон посакувана целна група)</p> <p>Манипулирано рекламирање (со купени профили на фиктивни следбеници)</p>	ОБЈАВУВАЊЕ
<p>Калкулирано, манипулативно и злонамерно:</p> <p>Објавување и коментирање („тролање“) (од анонимни корисници на споредна тема)</p> <p>Број на допаѓања и споделувања на мрежи (facebook, twitter, instagram, youtube блогосфера)</p>	ПРОШИРУВАЊЕ
ПОТСИЛУВАЊЕ	

Табела 3. Техники за манипулација со информации во различни фази од животниот циклус (од создавање до распространување) на една вест.

## Историски примери на лажните вести и пропагандата во минатото

### ЛАЖНИТЕ ВЕСТИ ДАТИРААТ ОД СТАРИОТ ЕГИПЕТ

Во 13 век пр.н.е., египетскиот фараон Рамзес II Велики ширел пропаганда и лаги за познатата битката со Хетејците кај Кадеш. Во две негови поеми, тој тврдел дека ги победил Хетејците, иако археолошките остатоци говорат сосема спротивно. Затоа, **Рамзес II Велики е познат како автентичен крал на спинот.**<sup>31</sup>

### ПРВАТА СВЕТСКА ВОЈНА И АНТИГЕРМАНСКАТА ПРОПАГАНДА

Во текот на Првата светска војна познат случај на антигерманска пропаганда е веста за т.н. „фабрика за човечки трупови“. Според оваа вест, на загинатите од војната им биле топени мастите за производство на нитрогилцерин, свеќи и човечки сапун. Таа циркулирала во печатот на сојузниците од 1915 до 1917 година. Англиското издание на весникот North China Daily News ги прикажало наводите како да се вистинити во време кога Велика Британија се обидувала да ја убеди Кина да им се приклучи на сојузниците.

### ВТОРАТА СВЕТСКА ВОЈНА И ГЕРМАНСКАТА ПРОПАГАНДА

Во текот на Втората светска војна нацистите биле извештени во ширење пропаганда. Тие ја презеле контролата врз сопствеништвото на медиумите, вршеле политички притисоци и ги користеле сите начини кои им биле на располагање за ширење пропаганда и за промоција на својата агенда: летоци, книги, весници, радио и телекомуникации. Овие активности биле под надлежност на **Министерството за јавно просветлување и пропаганда раководено од Јозеф Гебелс, кој бил назначен од Адолф Хитлер.**

## Лажните вести во светот – глобален проблем за демократијата

Бидејќи лажните вести содржат грешни (неточни, неистинити) информации и најчесто имаат скриена и манипулативна агенда (комерцијална, политичка или корпоративна), нивно непознавање ги доведува луѓето во заблуди. Тоа придонесува за меѓусебни недоразбирања и претставува проблем при надминување конфликти, како и за целата демократија во едно општество.<sup>32</sup>

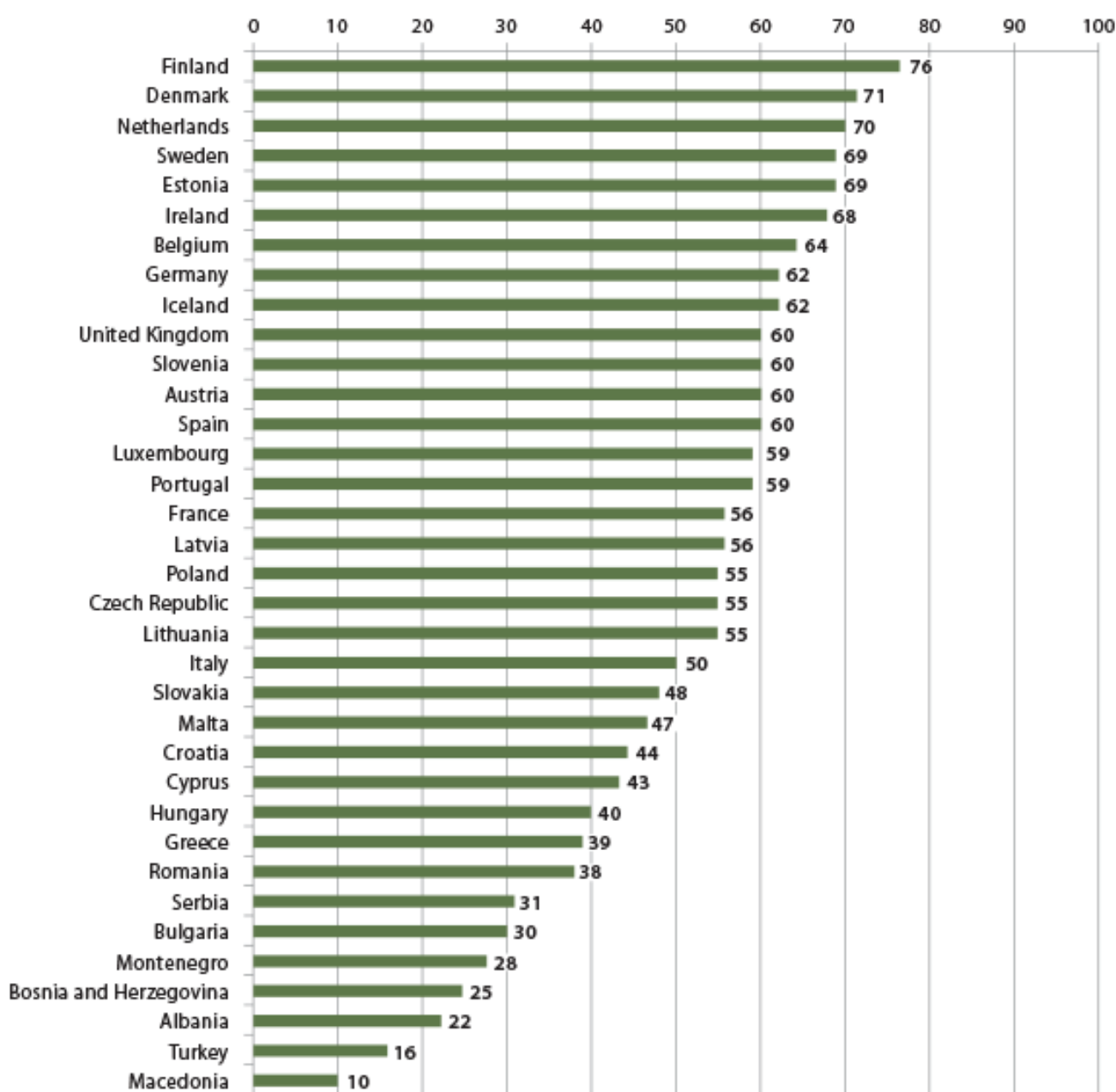
Далекусежните последици од изложеноста на лажни вести се отчитуваат во порастот на граѓанската недоверба кон интернетот и дигиталните медиуми,<sup>33</sup> а недовербата потоа се пренесува и на референтни извори и етаблирани новинарски куќи.

Од друга страна, **граѓаните остануваат љубопитни, но „мрзливи купувачи“ на информации**, кои немаат време да ги проверуваат сите вести кои секој ден поминуваат низ медиумите. Тоа создава простор за дополнителен пораст на дезинформираноста со ширење лажни вести преку следење јавни личности, кои како **(само)декларирани аналитичари, политичари или експерти се „агилни продавачи“ на вести** во обидот да им се доближат на граѓаните. На тој начин се засилува магичниот круг на масовно дезинформирање.

## Северна Македонија – земја со најголема „ранливост“ за лажни вести во Европа

Индексот за медиумска писменост во Европа<sup>34</sup> покажа дека во 2018 година балканските земји се одликуваат со најмала отпорност кон феноменот на поствистина т.е. дека нашиот регион е најприемлив за лажни вести. Од 35 европски земји наведени во извештајот, нордиските се на врвот, а Северна Македонија е на дното на листата, т.е. таа е земја со најголема „ранливост“ за лажни вести заради најнискиот степен на квалитетното образование и слобода на медиумите. Над неа се Турција, Албанија, Босна и Херцеговина, Црна Гора, Бугарија и Србија.

### Media Literacy Index 2018



## Видови содржини и примери на лажни вести во информацискиот хаос

За појавата и ширењето на дезинформациите има многубројни студии што го испитуваат овој феномен од различни аспекти: психолошки, социолошки, политиколошки, правен, новинарски.

Сферата на медиумите е преплавена со различни форми на лажни вести и информации. Низ медиумите се среќаваат:

**Пропаганда** – информација или сет информации што не се објективни и се користат за да се влијае врз мислењето или однесувањето на луѓето заради исполнување некаква агенда (политичка, корпоративна и сл). Пропагандата најчесто користи емотивна, а не рационална порака. Постојат повеќе типови и поттипови пропаганда, но вообичаена е поделбата на политичка, религиска и комерцијална.

**Поствистина (POST-TRUTH)** – станува збор за неологизам (posttruth), кој Оксфордскиот речник го избра за збор на годината. Со овој нов поим се дефинираат околностите во кои јавното мислење е главно обликувано од емоциите и личните верувања, а не, како што пишува во речникот, од објективните факти. Поствистината е особено важна во сферата на јавното мислење, бидејќи додека одреден факт не се потврди, тој останува само приватна работа на оној што го истражува. Извртување (SPIN) – извртувањето, т.е. спинувањето е пропагандна техника, која подразбира претставување на приказната согласно интересот на една од страните на која тоа ѝ одговара.

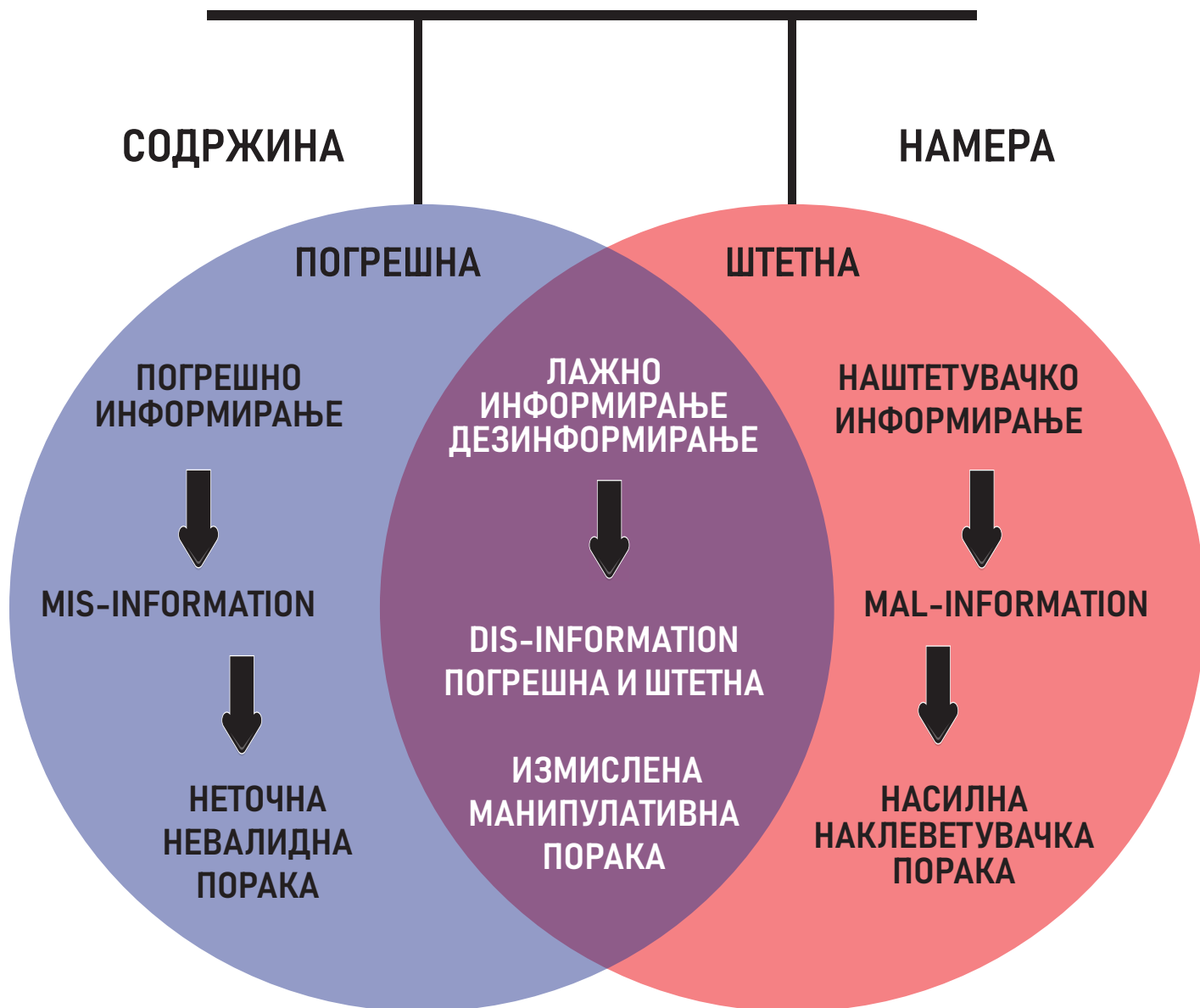
**Пристрасност (BIAS)** – во контекст на медиумската писменост претставува неправеден дисбаланс во пристапот на известувањето во корист на една против друга страна.

**Псевдонастани** – станува збор за настани што имаат маркетиншка или пиар-функција. Најчесто се организирани заради политички цели, со што политичарите им ја наметнуваат нивната агенда на медиумите.

**Псевдоисторија** – е форма на лажно научно истражување, кое се обидува да ги наруши или да ги фалсификува историските записи, често користејќи методи што личат на тие што се користат во историските истражувања.

Илустративен приказ на класификацијата на манипулации со информации и разграничување на лажните вести од други содржини што го чинат информацискиот хаос е даден на Слика 3.

# КЛАСИФИКАЦИЈА НА МАНИПУЛАЦИИ СО ИНФОРМАЦИИ




Слика 3. Разграничување на лажните вести од други содржини во информацискиот хаос<sup>35</sup>

Во согласност со препораките на Советот на Европа за справување со информациските манипулирања треба да се тргне од нивната класификација според содржината и намерата:

**Погрешно информирање (анг. misinformation)**

Вест што има погрешна (невистинита, неточна, невалидна) содржина, но нема намера да наштети (т.е. без цел за манипулација). (Пример 1 и 2)

<p>Пример бр. 1</p>	<p>Погрешно информирање: Веста пренесува погрешна информација без намера за манипулација</p>
<p>Извор:</p>	<p>Наслов на вест: „Поранешниот воен разузнавач Софески починал од инфаркт“                  Медиум: „Дневник“ (онлајн-издание), датум на објавата: 23.11.2015</p>
<p>Случај:</p>	<p>Известувањето за поранешниот воен разузнавач се темели на точна информација (за природна смрт), но притоа се пласира и погрешна информација (дека ќе биде направена обдукција). За точниот дел од веста „Дневник“ се повикува на информации од полицијата и од Јавното обвинителство.</p>  <p>Но, потоа следува погрешната информација.                  „Телото е дадено на обдукција за да се утврдат точните причини за смртта на поранешниот разузнавач.“</p> <p>Имено, речиси три часа пред пласирањето на овој напис е објавена веста дека врз телото нема да се прави обдукција. Портпаролот на СВР Охрид за телевизија „Телма“ соопшти дека јавното обвинителство по првичното размислување да побара обдукција, одлучило да не бара таква постапка, бидејќи било очигледно дека станува збор за природна смрт без знаци на насилство.</p> <p>Во написот не е проверено дали јавниот обвинител издал наредба за обдукција на телото на починатиот. Тоа претставува пропуст, дотолку повеќе што станува збор за случај што предизвика големо внимание во јавноста.</p>
<p>Проблем:</p>	<p>Веста има погрешна содржина (делумно неточна ако е комбинирана со вистина или целосно неточна) и се пласира со штетна намера.</p>
<p>Забелешка:</p>	<p>Примерот е преземен од Сервисот за проверка на факти од медиумите</p>

Пример бр. 2

Погрешно информирање: Веста пренесува погрешна информација

Извор:

**Наслов:** „Бидете внимателни да не го земате парацетамолот P/500 – содржи вирус“

**Објавено на:** Социјална мрежа „Фејсбук“ (кориснички профили), датум на објавата: 29.9.2017 г.

Случај:

На социјалната мрежа „Фесјбук“ се прошири вест дека во Северна Македонија се продаваат таблети „парацетамол“ што се смртоносни. Во објавата од корисник пишуваше дека вирусот се смета за еден од најопасните во светот, со висока стапка на смртност.

Набрзо потоа „веста“ беше преземена и без дополнителна проверка објавена во неделникот „Република“ (без демант), како и на веб-порталите „Скопје 24“ и

„Инфомакс“ (со изјава од стручно лице, кое изразува сомнеж за вистинитоста на изјавата, но не и официјален демант од Министерството за здравство).

Дезинформацијата што се прошири низ социјалните мрежи за смртоносен „парацетамол“ беше демантирана како лажна и непроверена од Министерството за здравство, кое излезе со објава својата фан-страница на „Фејсбук“, следниот ден.

„Оваа објава содржи лажни и непроверени информации. Може да се обратите до Агенцијата за лекови за дополнителни информации од стручни лица“.

**ИТНО ПРЕДУПРЕДУВАЊЕ!**

Бидете внимателни да не го земате парацетамол кој доаѓа со P / 500. Тоа е нов, многу бел и сјаен парацетамол, лекарите советуваат дека содржи "Machupo" вирус, кој се смета за еден од најопасните вируси во светот, со висока смртност стапка. Ве молиме да ја споделите оваа порака со сите луѓе на вашата листа на контакти, како и со семејството и да спасите живот.

Напред како што е примен.Благодарам



Проблем:

Ниту еден од водечките медиуми во Северна Македонија не ја пренесе објавата од Министерството, ниту се извини за пренесувањето непроверена и лажна вест. Страницата на „Фејсбук“ на која беше првобитно објавена дезинформацијата во меѓувреме е отстранета и сега не постои.

Забелешка:

/



**Лажно информирање** т.е. дезинформирање (анг. disinformation)

Вест што има погрешна содржина (делумно неточна кога е комбинирана со вистина или целосно неточна) и штетна намера. (Пример 3)


Пример бр. 3		Погрешно информирање: Пренесување дезинформација	
Извор:	<p><b>Наслов:</b> „Честитки. За 15-годишнината доделуваме 2 билета за која било дестинација за само 1 долар“</p> <p><b>Преземено од:</b> Социјална мрежа „Фејсбук“ (кориснички профили), датум на објавата: 18.6.2018 г.</p>		
Случај:	<p>На социјалните мрежи беше споделена објава со линк до измамничка веб-страница со име слично на нискобуџетната унгарска авиокомпанија „Визер“, на која пишува дека се нудат два авионски билета за само 1 долар, поради одбележување 15-годишнина на авиокомпанијата.</p> <p>Веста одекна меѓу граѓаните, кои масовно објавуваа дека купиле билети од „Визер“ и се заблагодаруваа за промоцијата на нивните профили на „Фејсбук“. Притоа, во процесот на „купување“ на авиобилетите, граѓаните ги внесувале личните податоци од картичките, со тоа им овозможиле на измамници да ги злоупотребат нивните податоци за различни цели.</p>		
Проблем:	<p>Граѓаните што поверувале во измамата не зеле предвид дека официјалната веб-страница на авиокомпанијата е wizzair.com, а веб-страницата од која се пласира веста е wizzair.com-fly.net.</p> <p>За кратко време, дел од граѓаните што купиле билети открија дека станува збор за измама и лажна интернет-страница, па масовно ги известувале банките да им ги блокираат картичките.</p>		
Забелешка:	/		





## Злонамерно информирање (анг. malinformation)

Вест што може да биде точна, но која се пласира со исклучива цел да наштети некому. Информациите може да бидат постојни и важечки, но приватни, тајни, класифицирани, заштитени и да се објават без знаење или одобрување од засегнатата страна. Покрај злоупотреба на информации, тука спаѓаат и говорот на омраза, психичкото насилство и сл. (Пример 4)

Пример бр. 4	<b>Злонамерно информирање: Вест што може да биде точна, но која се пласира со исклучива цел да се наштети некому.</b>
Извор:	<b>Наслов:</b> „(Видео) КАТИЦА ЈАНЕВА НА АПЧИЊА ВО СОБРАНИЕ: Дали Катица Јанева има деловна способност да ја врши функцијата што ѝ е доверена?“ <b>Медиум:</b> Интернет-портал „Инфомакс“, датум на објава: 21.9.2016
Случај:	<p>На интернет-порталот „Инфомакс“ беше објавена фотографија направена во парламентот, во текот на излагањето од специјалниот јавен обвинител за извештајот за шестмесечната работа на СЈО. На фотографијата се гледа како Јанева пие апче. Во насловот и во придружниот текст се имплицира сомнеж во работоспособноста на Катица Јанева.</p>  <p>Од прилогот останува нејасно за какво апче станува збор (витамин, антибиотик или нешто трето). Во написот нема одговор на ова прашање, ниту е побаран одговор од специјалната обвинителка. Наместо тоа се нудат шпекулации за да се наруши угледот и да се дискредитира раководната личност на СЈО.</p>
Проблем:	Наместо информација од јавен интерес, се сервираат политички пристрасни пораки со цел да се намали довербата во претставник на државна институција.
Забелешка:	Примерот е преземен од Сервисот за проверка на факти од медиумите

## Велес и неговата улога во претседателските избори на САД

Во 2016 година, во текот на кампањата за претседателските избори на САД, Северна Македонија стана актуелна поради наводна вмешаност во креирањето на јавното мислење и посредно влијание на конечниот резултат од изборите.

Велес го привлече светското медиумско внимание поради случајот со масовното споделување лажни вести, преземени од стотина неверодостојни извори на социјалните мрежи од страна на поддржувачи на републиканскиот претседателски кандидат, Доналд Трамп. Противничката на Трамп и демократски кандидат за американски претседател, Хилари Клинтон, изјави јавно дека лажните вести на „македонските тинејџери“ имале многу големо влијание врз изборниот резултат во САД.

Случајот стана популарен откако група тинејџери од Велес почнале да ги преземаат вестите од светски медиумски куќи (како „Би-би-си“ и „Си-ен-ен“), да ги преработуваат додавајќи поатрактивни наслови, па да ги објавуваат на портали за ширење лажни вести. Потоа направиле анализа и заклучиле дека вестите за Трамп имаат најмногу споделувања и почнале да составуваат лажни вести, кои потоа биле преземани од водечки веб-портали во САД. Ова укажало на една слабост во информирањето, а тоа е ненавремено препознавање лажни вести, и на фактот дека **додека да се открие лагата, секој што ја споделува, раскажува односно пренесува, несвесно дезинформира.**

Истражување за овој случај е направено преку соработка на новинари од интернет-порталот „Базфид“<sup>36</sup> и македонската истражувачка лабораторија. Според објавената сторија, овој случај не е резултат на спонтаната активност на велешките тинејџери, туку двајца американски конзервативци во период од барем 6 месеци биле вмешани во шема за ширење на лажни вести на социјалните мрежи пред американските претседателски избори во 2016 година. Порталот испитуваше можна вмешаност и на Русинка, обвинета во САД за мешање во тамошните избори, која престојувала во Северна Македонија пред да се одржат изборите во САД.

Извадоци од содржини објавени во светските медиуми за случајот со лажните вести во Велес се дадени на Слика 4. Конкретниот избор е направен со цел да се прикаже дека и етаблирани извори на информирање при покривање вистинити настани, имаат сензационалистички пристап за да привлечат поголемо внимание.



Сл. 4. Извадоци од содржини во светските медиуми по повод случајот со лажните вести

## Механизми за ширење лажни вести

Секоја лажна вест има специфичен механизам на ширење, кој вклучува: техники (за манипулација со информации) и главни актери (за нејзино ширење). Изворите во процесот на создавање лажни вести, актерите што се одговорни за нивно ширење, како и меѓусебните релации со употреба на средства за манипулација се варијабилни и зависат од содржината/намерата на лажната вест. Во продолжение, преку преглед на механизмот за ширење лажни вести од ALT-RIGHT движења во САД,<sup>37</sup> е даден пример што може да послужи како аналогија за ширење лажни вести од слични движења и во Северна Македонија.

## „ALT-RIGHT“ ВО САД: АКТЕРИ ВО ШИРЕЊЕ НА ЛАЖНИ ВЕСТИ

„Alt-right“ (анг.) е кратенка за „alternative right“ („алтернативна десница“), воведена во обид за ребрендирање на движењата на белите националисти. Целта е поголема прифатеност од јавноста преку поширока опфатеност на приврзаници од бела машка популација. Главни одлики на „alt-right“ движења се: страв од различност (полова, верска, политичка, етничка), величање на минатото, култ кон милитарни технологии и напредок на технологијата воопшто, култ кон машкоста и анти-естаблишмент сентимент. Главни активисти се десно-оритентирани, политички-поларизирани приврзаници, како и нивни претставници меѓу познатите политичари. Во продолжение се додадени останатите „alt-right“ актери кои се главни чинители во процес на ширење на лажни вести во САД.

**Подбивачи („Тролови“)**

Потекло: Од „troll“ (анг.) и се однесува на група интернет корисници на социјални медиуми.

Кој?

Корисници на социјални медиуми (facebook, twitter, youtube, instagram, snapchat, интернет форуми и блогови) најчесто со непознат идентитет (заради употреба на лажни профили).

Кому?

Целните корисници се најчесто конкретна личност или група со добро утврден идентитет.

Како?

Говор на омраза со јасно понижувачка и дискриминирачка содржина, но нејасна интерпретација. Често претставен под маска на цинизам кон групи/поединци кои употребуваат сличен говор, или како борба за слобода на говор и критика на „политичката коректност и пуританизам“.

Зошто?

Непосредната цел е провокација на негативни емоции (лутина, бес, паника, страв, тага, очај) кај предизвиканиот, а позитивни емоции (забава, задоволство) кај предизвикувачот.

**Верувачи во теории на заговор**

Кој?

Поединци/групи кои веруваат дека случувањата во пошироко/потесно општествено опкружување се резултат на манипулации од групации моќници кои во тајност ги спроведуваат своите цели.

Кому?

Целната група зависи од конкретната теорија на заговор. „Alt-right“ поддржувачи главно веруваат во теории кои се насочени против: имигранти, феминистички и ЛГБТИ здруженија, припадници од друга верска и национална заедница (актуелни се муслиманската и еврејската), лево-ориентирани активисти и партии.

Како?

Два ефекти се најизразени кај овие групи: амплификација (потсилување пораки од истомислечки поединци/групи) и поларизација (изразена спротивставеност со игнорирање пораки од неистомислечки поединци/групи). Често сензационалистичката содржина на теориите на заговор е привлечна за медиумите кои ги превземаат и прошируваат.

Зошто?

Непосредно, теориите на заговор имаат за цел да ја намалат анксиозноста кај поддржувачите нудејќи зголемено чувство на контрола во врска со општествени збиднувања и уредувања.

**Влијателни („Инфлуенсери“)**

Потекло: Од „influencer“ (анг.) и се однесува на активисти кои имаат нагласено влијание во/вон својата заедница.

Кој?

Истакнати претставници од сите наведени заедници кои имаат голем број следбеници (поддржувачи, но и заинтересирани поединци и медиумски портали). Најчесто станува збор за добри познавачи на интернет технологии и напредни корисници на социјални платформи.

Кому?

Овие активисти ги насочуваат пораките до пошироката заедница (заради големиот број следбеници), но и до пошироката јавност (заради посредништво на медиумите).

Како?

Искористување на интернет технологија и користење техники за привлекување внимание, со цел да се зголеми видливоста на пораките кои се проследуваат.

Зошто?

Непосредна цел е да се потсилат посакуваните информации за да станат главна медиумска вест.

**„Гејмергејтери“**

Потекло: Од „Gamergate“ (анг.) и се однесува на активисти во истоименото движење.

Кој?

Страсни корисници на интернет игри (т.н. гејмери) и припадници на гејмерска заедница, кои споделуваат интереси врзани со видео игри (култура, уметност и социјални активности што произлегуваат од истата) преку интернет форуми и игри со вмрежување. Најчесто од машки пол, невработени и/или со незавршен процес на едукација.

Кому?

Целните личности се најчесто една или повеќе припаднички на женски пол и претставнички на феминистички движења. Активистките се најчесто перцепирани како закана за машкоста.

Како?

Брза мобилизација на припадници од гејмерската заедница (т.н. „cybermobs“) за интернет натпревар во јавно вознемирување кое вклучува: објава на лични податоци на социјални мрежи, јавна објава на (често фабрикувани) порнографски содржини, како и други невистинити информации. Често претставен под маска на борба за машки права, брба за социјална правда и слобода на говор.

Зошто?

Непосредната цел е заплашување на група/поединец.

## ALT-RIGHT“ ВО САД: ТЕХНИКИ ЗА МАНИПУЛАЦИЈА НА МЕДИУМИ И ШИРЕЊЕ НА ЛАЖНИ ВЕСТИ

Посреден резултат од делувањето на „alt-right“ активисти и заедници, е масовно ширење на дезинформации и нивен некритичен прием од јавноста, преку манипулација со медиуми. Механизмите на делување се разликуваат кај различни актери. Така, медиумите се привлечени од теориите на заговор заради нивната сензационалистичка содржина, пораките на „инфлуенсерите“ одекнуваат во јавноста заради голема база следебеници, „гејмергејтерите“ добиваат видливост заради културата на колегијалност со соработка и поддршка со координирано делување, „троловите“ заради масовно споделување. Во продолжение се опишани техники на делување кои се заеднички за сите „alt-right“ актери при ширење на лажни вести.

### Содржини за лесен прием (“meme”)

„Меме“ е секоја информација која прераснува во социјален феномен преку лесно пренесување и споделување низ социјални платформи. Вообичаено во процесот на пренесување, информацијата е менувана од различни корисници, а тоа придонесува за уште поголема видливост во виртуелниот простор. „Меме“ е најчесто шеговито видео, слика или запис.

### Интернет технологии за брзо вмрежување

Платформи кои овозможуваат брзо поврзување истомисленици околу заедничка идеја. Пример: на Twitter постои можност за тагирање, на Facebook можност за создавање група или настан, интернет форуми даваат можност за креирање тема за дискусија, на IRC, Skype и слични апликации има опција за создавање канал или група.

### Култура на поттикнување учество

Социјални платформи, лесни за употреба, а со ниски критериуми за објавување творби („meme“).

Со менторски пристап од искусните корисници кои бесплатно ги пренесуваат искуствата на новите корисници, со поддршка за проширување на новосоздадени творби.

### Социјални ботови („social bots“)

Тоа се интелигентни софтвери, кои креираат или поврзуваат содржини на социјалните мрежи со цел: масовно фабрикување на фиктивни кориснички профили, лажно зголемување број на следбеници, масовно агрегирање и објавување лажни информации.



## Проверка на факти (fact checking)



*„Идеалниот поклоник на тоталитарниот режим не е преданиот нацист ниту преданиот комунист, туку човекот што не прави разлика меѓу факт и фикција (т.е. реалноста на доживувањето), и меѓувистина и лага (т.е. стандардите на мислењето).“  
- Хана Арент, филозоф и политиколог, 1951*



Една од основните цели на новинарството е да го информира читателот врз основа на факти што се веродостојни, точни и проверени. **Проверката на факти е процес на проверка на тврдењата и изјавите со цел пласирање веродостојни и точни информации.**

**Проверката на факти треба да ѝ претходи на објавата на веста (ante hoc) или да следи по објавата на веста (post hoc) и таа се состои од:**

1. Првиот тип проверка на факти - опфаќа отстранување на сите грешки во текстот пред да биде јавно објавен.
2. Вториот тип проверка на факти - проверка на веќе дадена изјава, тврдење или објавен текст, при што речиси секогаш е придружен со извештај за тоа кои делови не се точни, односно не се веродостојни.
3. Двојна проверка (double checking) - затоа е неопходна двојна (double checking) или тројна проверка на веста што новинарот планира да ја соопшти, без разлика на неговата убеденост во изворот на информирањето. Во една вест може да има и десетина факти и секој од нив засебно треба да биде проверен: изворот на информирање, фотографијата, релевантноста на исказот и сл. (Примери 5 и 6)

Извор

**Наслов:** „Унакажана Македонка пред Собранието од полицијата партиска“  
**Преземено од:** Социјална мрежа „Фејсбук“, датум на објавата: 18.6.2018 г.

Случај:

Протестите пред Собранието на РМ што се случија на 18.6.2018 година со дојава за повредени беа повод дел од граѓаните на социјалните мрежи да се придружат кон масовното споделување лажни фотографии, кои набрзо станаа вирални.



Една од објавите од Северна Македонија со дезинформација дека лицето на фотографијата е жртва на полициска бруталност во Северна Македонија 2017 г. и истата фотографија во објава за видеоспот во Хрватска од 2013 г.

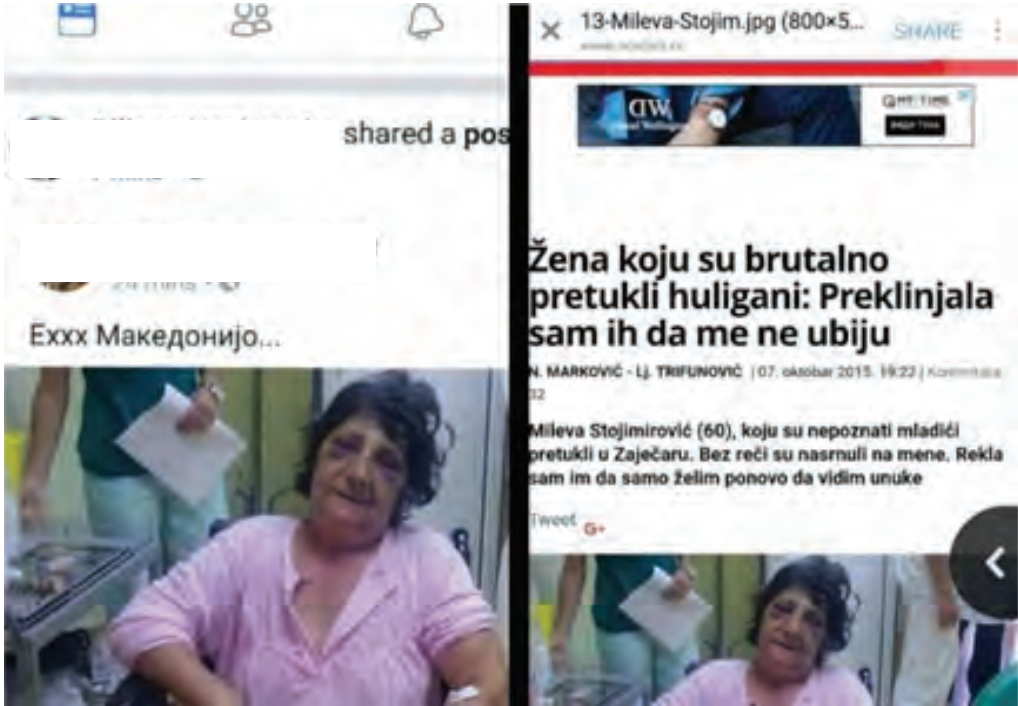
На профили од социјалните мрежи „Фејсбук“ и „Твитер“ беше споделена фотографија на жена со модринки на лицето и раскрвавен нос, заедно со објавата на која пишува дека пред Собранието има „унакажана Македонка“. Веста е проследена со емотивен повик за револуција, со образложение дека тоа може да биде сечија мајка, сестра, сопруга и ќерка. Подоцна беше посочено дека станува збор за исечок од видеоспот за песната „Muškarcu samo treba kurva“ на хрватската пејачка Северина Вучковиќ. Песната е од 2009 година, а има цел да го сврти вниманието на јавноста кон насилството врз жените.

Проблем:

Со оглед на тоа што истовремено на социјалните мрежи се појавија неколку слични објави (со различни слики на жени од странство собрани од интернет), може да се заклучи дека граѓаните беа цел на организирана акција за креирање лажна претстава за случувањата пред Собранието.

Забелешка:

/

<p>Пример бр. 6</p>	<p>Дезинформација преку социјалните мрежи од страна на „авторитети“</p>
<p>Извор</p>	<p><b>Наслов:</b> „Пензионерка од Србија настрада на протестите во Скопје“  <b>Преземено од:</b> Социјална мрежа „Фејсбук“, датум на објава: 18.6.2018</p>
<p>Случај:</p>	<p>На социјалните мрежи се прошири фотографија на која се гледа повредена средовечна жена проследена со статус кој прави алузија дека жената е повредена на протестите пред Собранието од 18.6.2018 година. Фотографијата беше споделена и од јавни личности, академски граѓани и интелектуалци.</p>  <p>Објавите од Северна Македонија со дезинформација дека лицето на фотографијата е жртва на полициска бруталност во Северна Македонија 2017 година и истата фотографија во вест за насилство во Србија од 2015 година. Проверката на фотографијата покажа дека станува збор за Србинка што во 2015 година била нападната од насилници, а веста тогаш била објавена во српскиот портал „Курир“.</p>
<p>Проблем:</p>	<p>Со оглед на тоа што истовремено на социјалните мрежи се појавија неколку слични објави (со различни слики на жени од странство собрани од интернет) може да се заклучи дека граѓаните беа цел на организирана акција за креирање лажна претстава за случувањата пред Собранието.</p> <p>Ниту една од личностите што ја споделуваа оваа дезинформација преку социјалните мрежи потоа не објави исправка, ниту се им извини на своите пријатели/следбеници што им пренела лажна вест. Дел од нив заземаат авторитетни општествени позиции, особено во академската заедница, каде што утврдувањето на објективната вистинитост е темелна вредност.</p>
<p>Забелешка:</p>	<p>/</p>



## Вкрстена проверка (cross checking)

Два или три извори на информирање се подобри од еден. Вкрстената проверка на фактите подразбира проверка кај различни извори или од различни агли на гледање за да се утврдат точноста и веродостојноста на исказот, односно тврдењето.

## Најчестите логички недоследности и когнитивни пристрасности при манипулацијата со вести

Стандардите за логичка проверка на информациите, кои се применливи за различни видови содржини (од новинарска вест до научноистражувачка студија), се наведени во Табела 4. Дополнително е даден образец со преглед на прашања што би помогнале за лесна и брза евалуација.<sup>38</sup>

Во продолжение се опишани најчестите логички недоследности што се употребуваат при манипулацијата со информации (преку општ и конкретен пример), како и начините за нивна проверка и утврдување (преку конкретни насоки и прашања за проверка).

Детална листа со 44 логички грешки е приложена во книгата „Водич на мислителот за логички грешки: уметноста на менталните итроштини и на манипулацијата“<sup>39</sup> од Ричард Пол и Линда Елдер, во издание на НВО „Инфоцентар“, 2013 година. Детален приказ на проверка на факти е опфатен во делот „Методологија“ од Сервисот за проверка на фактите во медиумите.<sup>40</sup>

## ОБРАЗЕЦ ЗА ЛОГИЧКА ЕВАЛУАЦИЈА НА ВЕСТИ

<b>ЦЕЛ</b> „Главната цел на оваа вест е ___.“	КОЈА Е ЦЕЛТА НА ВЕСТА? ДАЛИ ЦЕЛТА Е ЈАСНО ИЗЈАВЕНА ИЛИ ПОСОЧЕНА? ДАЛИ ЦЕЛТА Е ОПРАВДАНА?
<b>ПРАШАЊЕ</b> „Главното прашање кое авторот го загатнува е ___.“	КОЕ Е ГЛАВНОТО ПРАШАЊЕ ШТО ГО ОБРАБОТУВА ВЕСТА? ДАЛИ ПРАШАЊЕТО Е ЈАСНО ПОСОЧЕНО? ДАЛИ Е ЈАСНО ПОВРЗАНО СО ЦЕЛТА НА ВЕСТА?
<b>ИНФОРМАЦИЈА</b> „Најважната информација во оваа вест е ___.“	ДАЛИ АВТОРОТ НУДИ ЈАСНИ ДОКАЗИ И ИНФОРМАЦИИ КОИ СЕ ЕСЕНЦИЈАЛНИ ЗА ВЕСТА? ДАЛИ ПРИЛОЖЕНИТЕ ИНФОРМАЦИИ СЕ ТОЧНИ?
<b>КОНЦЕПТИ</b> „Оваа вест се потпира на следните концепти ___. Под нив авторот подразбира ___.“	ДАЛИ АВТОРОТ ГИ ДЕФИНИРА КОНЦЕПТИТЕ КОИ СЕ КЛУЧНИ ЗА ВЕСТА? ДАЛИ РАЗГЛЕДУВАНИТЕ И ИЗНЕСЕНИТЕ КОНЦЕПТИ СЕ ОПРАВДАНИ?
<b>ПРЕТПОСТАВКИ</b> „Појдовни претпоставки на авторот кои се во позадина на неговото резонирање се ___.“	ДАЛИ АВТОРОТ ТРГНУВА ОД ДИСКУТАБИЛНИ ПРЕТПОСТАВКИ КОГА ЈА ПРЕЗЕНТИРА ВЕСТА? ДАЛИ ИЗНЕСЕНИТЕ ПРЕТПОСТАВКИ СЕ ЗЕМЕНИ ЗДРАВО ЗА ГОТОВО ИЛИ ОБМИСЛЕНИ?
<b>ЗАКЛУЧОЦИ</b> „Ако ја следиме логиката на резонирање, главните заклучоци на веста се ___.“	ДАЛИ АВТОРОТ ИЗНЕСУВА АРГУМЕНТИ ПО ЛОГИЧЕН СЛЕД ЗА ДА СТИГНЕ ДО КРАЈНИТЕ ЗАКЛУЧОЦИ?
<b>ПЕРСПЕКТИВИ</b> „Оваа вест го застапува гледиштето / перспективата на ___.“	ОД КОЕ СТОЈАЛИШТЕ ПОАЃА АВТОРОТ И ЧИЈ СТАВ Е ЗАСТАПУВАН ВО ВЕСТА? ДАЛИ АВТОРОТ ПОКАЖУВА СВЕСТИ ЗА ДРУГИ ПЕРСПЕКТИВИ?
<b>ИМПЛИКАЦИИ</b> „Најважните заклучоци или импликации од оваа вест се ___.“	ДАЛИ АВТОРОТ ГИ РАЗГЛЕДУВА ПОСЛЕДИЦИТЕ НА ПОЗИЦИЈАТА/СТАВОТ ШТО ГИ ЗАЗЕМА КОН ВЕСТА? КОИ СЕ НАЈВЕРОЈАТНИТЕ ПОСЛЕДИЦИ ОД ВЕСТА?

Табела 4. Стандарди за логичка евалуација на информации

ПРАШАЊЕ: НА КАКОВ АРГУМЕНТ СЕ ТЕМЕЛИ ВЕСТА?	ОДГОВОР: НАЗИВ НА НЕДОСЛЕДНОСТ, ПРИСТРАСНОСТ	ПРИМЕР:	ПРОВЕРКА:
<p>ПОВИКУВАЊЕ НА АВТОРИТЕТЕН, ВЛИЈАТЕЛЕН ИЗВОР?</p> <p>ПОВИКУВАЊЕ НА ЛИЧНОСТ ИЛИ ИНСТИТУЦИЈА СО СТАТУС, СЛАВА, МОЌ?</p>	<p>мак. Повикување на авторитет</p> <p>анг. Appeal to authority</p> <p>лат. Argumentum ad verecundiam</p>	<p>Власта се повикува на резултати од анкета за испитување на јавното мислење, спроведена од „експертска агенција“, бидејќи одат во прилог на нејзините политики. (Агенцијата има сомнителен кредибилитет поради лукративни врски со партијата, а анкетата е лажирани или не е спроведена).</p>	<p>Проверка на изворот: Дали користениот извор е докажано релевантен, т.е. дали може да се потврди неговата веродостојност? Колку извори се користат во текстот? Ако се повеќе, дали застапуваат иста или спротивни страни?</p>
<p>ПОВИКУВАЊЕ НА МНОЗИНСТВО, ДЕМОКРАТИЈА, ИЛИ ВОЛЈА НА НАРОДОТ?</p>	<p>мак. Повикување на мнозинство</p> <p>анг. Appeal to the majority</p> <p>лат. Argumentum ad populum</p>	<p>Во одбрана на државни политики што се докажано штетни (на пр. војна), владејачка партија постојано се повикува на мнозинството што го освоила на изборите, нарекувајќи ги сопствените политики „волја на народот“.</p>	<p>Проверка на тезата: Дали веста се темели на факти? Дали наводите се точни и дали може да се потврди нивната веродостојност?</p>
<p>ПОВИКУВАЊЕ НА ТРАДИЦИЈА ИЛИ ВЕРА?</p> <p>ПОВИКУВАЊЕ НА ИСПРОБАНО И ДОКАЖАНО?</p>	<p>мак. Повикување на традиција</p> <p>анг. Appeal to tradition</p> <p>лат. Argumentum ad antiquitatem</p>	<p>Конзервативна партија ја претставува својата политичка програма како апсолутно исправна само зашто се темели на традицијата и ја обвинува опозицијата дека нејзината програма им штети на традиционалните вредности.</p>	<p>Проверка на тезата: Дали веста се темели на факти? Дали наводите се точни и дали може да се потврди нивната веродостојност?</p>
<p>ПОСТАВУВАЊЕ ЛАЖНА ДИЛЕМА?</p> <p>ИЛИ-ИЛИ Т.Е. ЦРНО-БЕЛ ИЗБОР?</p>	<p>мак. Лажна дихотомија</p> <p>анг. False dichotomy</p>	<p>Тврдење дека или ќе се гласа за партијата на власт или за нај-големата партија во опозицијата, како единствен начин за да биде валидиран гласот на избирачот.</p>	<p>Проверка на сеопфатност и содржајност на тезата: Дали веста го задоволува минималното ниво на сеопфатност? Дали написот ја прикажува целата вистина?</p>
<p>ИЗВЕДУВАЊЕ АНАЛОГИЈА ИЛИ МЕТАФОРА КОЈА Е ПОГРЕШНА?</p>	<p>мак. Лажна аналогија</p> <p>анг. False analogy</p>	<p>Судија се споредува со партијата што била на власт кога станал судија и поради тоа обвинетиот (кој е од противничката партија) бара да не му се верува на судијата.</p>	<p>Проверка на сеопфатност, содржајност и пристрасност на тезата: Дали во веста има извртување на вистината? Дали веста прикрива информации?</p>

## Како да се откријат лажни вести во дигитални медиуми?

Проверката на веродостојноста на информацијата пласирана на некоја веб-страница секогаш почнува од основните податоци: проверка на податоците на веб-адресата (анг. uniform resource locator или URL), а потоа со анализа на содржините што се објавени.

### 1. Проверка на интернет-доменот на веб-страницата каде што е објавена веста

Проверка на интернет-доменот од некоја веб-страница укажува директно на природата (и индиректно на намерата) на објавувачот. На пример, преку доменот може да се дознае дали станува збор за лична страница или блог (кои споделуваат субјективна оценка за настаните) или тоа е став од одреден центар на моќ. Блоговите, личните страници на „Фејсбук“ или други социјални мрежи понекогаш се навремен, но несигурен извор на информации, па се наложува задолжителна проверка на нивната веродостојност.

На пример: Доколку веб-адресата содржи сегменти како „/users“ или „/members“, тоа упатува на став на личноста во една институција, а не официјален став од самата институција.

Кратенките што се официјални за различни домени често упатуваат на различна веродостојност на интернет-страницата

„com“ упатува на комерцијален извор;

„gov“ на владина институција;

„org“ упатува на непрофитна/некомерцијална организација;

„edu“ на едукативна установа; „mk“ на национален извор. Честопати порталите што шират лажни вести во својата веб-адреса го наведуваат и доменот од официјалната страна (само на погрешно место), што најчесто ги збунува и заведува неинформираните корисници. Друга техника на манипулација со името на доменот е со замена на букви: кирилични наместо латинични или проста замена на позициите на буквите во даден збор и сл.

На пример: Официјалната веб-страница на авиокомпанијата „Визер“ е wizzair.com, а веб-страницата од која се пласира лажна вест како да потекнуваат од истоимената компанија е wizzair.com-fly.net.

### 2. Проверка на изворот што ја објавува или споделува веста

На интернет постојат неколку индикатори за проверка на кредибилитетот и сопствеништвото на медиумот преку анализа на неговата веб-адреса. Од симболите пред почетокот на веб-адресата може да се дознаат информации за регистрираниот сопственик на страницата (со клик на симболот за информации) и за сигурносните протоколи што ги користи страната (со клик на симболот за катанец, доколку истиот постои). Притоа, присуството на симбол за зелен или заклучен катанец како и „https“ претставка во веб-адресата, гарантираат дека тоа што е објавено никој не го пресретнал и не го променил неовластено низ интернет-канални во комуникација со корисникот. Во спротивно, (употреба на „http“ наместо „https“ протокол) претставува можност за злоупотреба на комуникацијата и нејзино пресретнување со цел сервирање лажни информации.

### 3. Проверка на авторот на веста

При проверка на вестите во дигиталните медиуми треба да се обрне внимание дали е соодветно наведен авторот, односно креаторот на веста (со полно име и презиме, како и назив и линк до медиумот од каде што е преземена). Текстовите што се објавуваат во дигиталните медиуми преку преземање од друг извор (без тој да се наведе), кои содржат само иницијали на авторот или немаат јасно наведено авторство, во својата суштина може да бидат „проблематични“ во нивната содржина (т.е. суспектни за лажни вестите) и затоа треба да бидат земени со должна претпазливост.

### 4. Проверка на фото/видеоприлог за веста

Медиумите вообичаено објавуваат фотографии или видеа од настанот за кои известуваат од сопствена архива со која ги визуализираат своите стории. И кога изгледа најверодостојно, една техничка проверка преку Google (со опцијата Reverse Image Search за пребарување извор на слика) нуди можност да се открие дали е несоодветна/украдена, па затоа е препорачлива како рутинска контрола.

### 5. Проверка на датумот на објавата

Многу често на социјалните мрежи се споделуваат линкови од веќе објавени вестите и на тој начин ја реактуализираат темата во јавноста, но придонесуваат и за забуна. Професионалните медиуми треба на видно место под или над текстот/прилогот да ги објават датумот и часот кога е споделена веста.

## Примена на Методологијата на Сервисот за проверка на факти од медиумите

Чинот на проверката на фактите во новинарството во вид на организирана и секојдневна активност како пионерски потфат во Северна Македонија го спроведе Сервисот за проверка на факти во медиумите (СПФМ) при Фондацијата „Метаморфозис“. Тој сочинува низа активности на проверка на фактичките тврдења во одреден текст со цел да се утврди нивната вистинитост или точност.

Инаку, проверка на фактите, во поновата историја на новинарството, постоеше и постои во рамките на активностите на редакциите. Тоа се правеше пред текстот да биде објавен (*ante-hoc*) за да не се доведе читателот, гледачот или слушателот (со еден збор консументот) во некој вид заблуда или содржината да биде погрешно разбрана, па на консументот да му биде нешто сугерирано без за тоа да постои основа.

Постои нешто што вообичаено се работи и по објавување на еден текст (*posthoc*), обично на следните редакциски состаноци, особено ако некоја содржина предизвикала реакција во јавноста или кај дел од редакцијата има сомнение дека медиумот, едноставно, со изнесените тврдења (факти) направил повреда на професионалноста, што довело консументите да не бидат целосно и точно информирани.

Проверката на фактите во медиумите како практика, односно како издвоена, посебна и заокружена активност и дисциплина во рамките на новинарската професија кај нас е нова. Настана во еден миг на проценка на стручниот дел од јавноста дека на глобално информативно ниво е загрозувано правото на јавноста да добива точни и релевантни информации и оти политичките структури, во борбата за власт и влијание, едноставно, ги злоупотребуваат производителите на вести. Оттаму, аналитичката проценка на она што кај нас се извршува на овој план имаше цел да ги исправи погрешните перцепции кај граѓаните и да ги обесхрабри политичарите да шират дезинформации. Сервисот за проверка на факти во медиумите (СПФМ) се појави токму по овие мотиви во услови кога медиумските слободи во земјава беа на најниско можно ниво и кога медиумите главно служеа за објавување дезинформации или кога, едноставно, пренесуваа партиски интереси.

Целта на екипата, која работеше врз прашањето на утврдување на методологијата, беше да се подобри севкупната атмосфера во информативната дејност, при начинот на правење на вестите или во пристапот кон изнесување сознанија од македонските новинари, што севкупно требаше да резултира со промени во однесувањето на редакциите. Авторите на методологијата целат кон тоа написите да се анализираат според неколку главни критериуми во чии рамки се поставуваат истражувачки прашања, со чии одговори се идентификуваат различни параметри, кои, всушност, ја дефинираат „оценката“ на рецензентот за анализираниот напис.

Прашањата и одговорите што се дел од содржината на методологијата имаат свој јасно видлив графички приказ, хронолошки и логички поставен, па и самите кај читателот доведуваат до заклучок за вредноста на текстот, кон еден вид сумирање „плусови“ и „минуси“ по многу сегменти. Впрочем, ова не значеше дека текстот неминовно мора да добие лоша или добра оценка, туку треба само да се постават основите за дефиниција на квалитетот.

### **1. Вистинитост**

- Присуство на фактите
- Точност на фактите
- Одржливост на фактите

### **2. Извори на информации**

- Присуство
- Вид (анонимни/именувани)
- Релевантност
- Број
- Плурализам (едностранни/повеќестрани)

### **3. Содржајност**

- Сеопфатност
- Прикривање информации

### **4. Пристрасност**

- Вистинитост
- Прикажување на вистината
- Извртување на вистината
- Лага
- Баланс во прикажување на страните
- Видови пристрасност

### **5. Коментирање (од страна на новинарот)**

- Присуство
- Одвоено/интегрирано

### **6. Плагијат**

- Делумна или целосна копија
- Наведени изворот и авторот

### **7. Квалитет на насловот**

(Информативен/Креативен/  
Сензационалистички/Соодветен/Јасен)

### **8. Фотографија**

- Да/Не
- Соодветна
- Дали манипулира
- Автор има/нема

### **9. Говор на омраза**

- Навредлив говор и дискредитација
- Говор на омраза
- Поттикнување насилство
- Дискриминација
- Типови дискриминација

### **10. Оптимизиран за веб**

### Прва задача: соочување со вистинитоста во написите

Основната намена на пишувањето вест во новинарството е да ги информира консументите за одредени настани, релевантни за нив, кои се пренесени низ вистинити и веродостојни факти. Ова, многу често, од страна на рецензентите беше придружено со сопствено истражување на точноста на наводите или веродостојноста! Тоа се правеше со директно истражување на рецензентот или со пребарување по достапни ресурси за некој факт или прашање! Напросто, како самите да треба да пишуваат текст, ама според правилата.

Основните точки на проверката и задачи на рецензентот во процесот на испитување на вистинитоста се:

- присуство на факти - дали авторот во текстот навел одредени факти, врз основа на кои ја гради вистинитоста.;

- точноста на изворите - да се проверат тие извори - постојат ли и дали се точно наведени (вообичаено се вели - цитирани).

- веродостојност на наводи - дали тие наводи се веродостојни, бидејќи и кога има извор, кога тој е точно наведен, не мора да е прецизно или верно пренесен или може, едноставно, да не е релевантен.

### Втора задача: одредување на актуелноста на информацијата

Во овој контекст значаен сегмент на една дневна информација е и актуелноста на изворите на самите вести. Или, што се вели - информацијата е добиена, но колку е таа вредна за консументот?! Притоа, и покрај слободата на новинарот да актуализира теми за кои смета дека се важни за граѓаните во даден момент, тој е задолжен да ги проверува временската и просторната рамка на информациите кои планира да ги искористи како основа за соопштување. Праксата во последно време покажува тенденција дури и на искористување минати информации и случувања, понуда на „бајати“ вести или стории, како и информации што се однесуваат на одредена географска област и нивно ставање во актуелен, локален или национален контекст.



### Трета задача: проверување на содржајноста на еден текст

Методологијата користена од СПФМ преминува од овие основни проверки кон тие од подлабински карактер. Тоа се елементите на содржајноста, кои допираат до прашањето зошто е напишана една сторија. Со секој текст може или, главно, се врши некакво влијание на јавното мислење. Затоа, пак, од авторот, заради уверливоста на текстот, се бара да има што повеќе официјални или експертски извори како основа на содржината. Јасно, во реалниот свет не секогаш се отворени официјалните извори или тие се селективно поставени. Дилемата кај рецензентот е – дали авторот на текстот „зачукал на врата“ дури и ако „не му отвориле“. Или, пак, тој само констатирал дека некој извор му бил недостапен или не сака да даде информација (во формална смисла тоа може и да е доволно) или, пак, не бил доволно упорен, што претпоставува увид на рецензентот и во другите написи, во други, па и конкурентски медиуми, што исфрлиле посодржајни стории на иста тема. Во некои околности, во особено сензитивни мигови, значајно е новинарот лесно да не се откажува од зголемување на содржајноста, односно сеопфатноста. Во овој контекст е значајно да се мине условно – границата на минималната содржајност.

Придружни ориентири за аналитичарот се:

- дали написот ја прикажува целата вистина;
- дали има извртување (спин);
- како и колку се покажува пристрасност (при што некои практики дозволуваа некоја мерка на пристрасност како провокација на новинарот за да се овозможи откривање и на спротивното мислење или став).

### Четврта задача: има ли во веста елементи на коментирање?

Последната деценија во новинарството се забележува веќе споменатото мешање на жанровите – вообичаеното внесување коментаторски елементи во информацијата. Притоа, рецензентот мора да внимава дали се работи за т.н. интегрирано коментирање. Таков е текстот во кој авторот дава свое мислење (коментар, колумна) каде што тој пристап е дозволив, тоа е жанр што и не се анализира од аспект на проверка на фактите.

Значи, кај оваа рецензентска задача се поставуваат две прашања:

- Дали написот содржи коментаторски елементи?
- Дали тие елементи се издвоени од изнесувањето на фактите (од веста);

### Петта задача: има ли плагијат или внесување етичка компонента во рецензијата

Методологијата содржи и други елементи, повеќе врзани за она што значи новинарска етика. Појавата на плагијаторството е една од нив. Во рамките на СПФМ е изработена посебна програма (Времеплов), која може да провери дали некој текст презел делови од друг постоен текст и во кој обем. Според член 12 од „Кодексот на новинарите на Македонија“: „Плагијаторството е неприфатливо. Цитатите не смеат да се користат без да се нагласи изворот или авторот“.

Рецензентот тука треба да пристапи на проверка и тоа по две основи:

- има ли делумно или целосно копирање;
- дали ако има преземање е нагласен изворот, односно авторот;

Рецензентите го проверуваат сомневањето за плагијат на едно дело врз основа на следните критериуми:

- Содржината изгледа како целосна или делумна копија;
- Не е нагласен изворот или авторот или, пак, тие елементи се пренесени различно од првобитната форма;
- Постои директна жалба од оригиналниот автор/издавач искажана јавно или директно до Сервисот во форма што може да се документира;
- Постои непочитувања на условите зададени во некоја од слободните лиценци Криејтив комонс.

Рецензентот определува кога еден оригинален напис е објавен (датум, час и минута) врз основа на јавно достапните информации на веб-страницата на медиумот и прави споредба на тоа време со времето на објавување на написот за кој постои сомневање дека е плагијат.

### Шеста задача: одредување на квалитетот на насловот

Следниот елемент што го оценува рецензентот е квалитет на насловот на текстот. Тој треба да задоволи неколку елементи:

- да биде јасен, односно преку насловот да ја откриете содржината на веста и така да се одлучите да го прочитате или следите;
- дали насловот е креативен и досетлив – насловите се сметаат за посебна вештина во новинарството и рецензијата го вреднува истото;
- има ли сензационалност во насловот – ова не мора да има негативен контекст, бидејќи авторот преку насловот го бара својот консумент, но при тоа не смее да се премине на нешто што не извира од содржината на веста!
- насловот мора да биде одраз на содржината на веста, значи дека не може само да привлекува внимание, а внатре, во веста, да нема никаква основаност;
- дали насловот е јасен, што значи не смее да биде двосмислен или да го доведува во заблуда читателот.

Оттука, овој критериум, како и проверката дали има плагијат се сметаат за етички елементи на една рецензија.

## Седма задача: соодветност на фотографијата

Како и кај утврдување на квалитетот на насловот, што има и своја естетска компонента, присуството и квалитетот на илустрациите на еден текст е, исто така, дел од рецензијата. Една вест или слична новинарска содржина може и не мора да има фотографија (таа не се бара кај телевизиските прилози, се разбира) или друг тип на илустрација (кариатура, на пример). Рецензентот, секако, не настојува текст во печатен медиум да биде придружен со таков елемент, иако тој е посакуван.

Рецензентот проверува дали:

- фотографијата (илустрацијата) е соодветна на содржината на текстот;
- дали е таа оригинална или е копија;
- дали преку фотографијата (илустрацијата) се прави манипулација.

## Осма задача: утврдување дали постои говор на омраза

Во отсуство на дефиниција во македонскиот правен систем, говорот на омраза се смета како говор што промовира или поттикнува насилни дејства или кривични дела сторени од омраза и кој креира клима на омраза и предрасуди, која, пак, на крајот може да поттикне извршување на такви дела.

Овој аспект на активноста на рецензентот се потпира на неколку основни истражувачки прашања, но доколку рецензентот идентификува поинакви аспекти на прекршување на основните човекови права и слободи, особено во однос на говорот на омразата, листата може да се прошири.

Рецензентот постоењето на говор на омраза го открива со прашањата:

- има ли навредлив говор и дискредитација;
- има ли говор на омраза;
- има ли поттикнување насилство;
- има ли дискриминација и по која основа.

Најчести феномени што се анализираат од областа на човековите права (расизам, ксенофобија, сексизам, хомофобија, говор на омраза, негативно стереотипизирање и профилирање...).



## Збирка на активности

### Активност 1: Препознавање новинарски форми

Теми	Новинарство
Цели	Учесниците да ги сознаат карактеристиките на новинарските форми
Големина на групата	Нерелевантно
Времетраење	Во зависност од бројот на новинарските форми, но не повеќе од 20 минути
Материјал	Испечатени примери (во прилог), пенкало/молив.
Упатства	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Поделете го работниот материјал и појаснете дека целта на оваа активност е да се запознаат учесниците со основните новинарски форми и да ги согледаат сличностите и разликите меѓу нив. Кажете им на учесниците дека ќе може да ги споредат своите одговори со точните решенија на последната страница.</li> <li>- Направете дискусија за тоа дали оваа активност е соодветна во рамките на обуките и за кои целни групи (според возраст, степен на образование, професија).</li> </ul>
Дискусија и оценување	<p>Предавачот треба да се концентрира на откривање на впечатокот на учесниците. Може да ги праша учесниците:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Дали ви беше интересна активността?</li> <li>- Дали ова е добра воведна активност?</li> <li>- Колку ви е позната содржината на оваа активност?</li> <li>- Сретнавте (чувте)ли нови, за вас непознати термини во оваа активност?</li> <li>- Имате ли дополнителни прашања?</li> </ul>
Совети за модераторот	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Внимавајте на тонот, јазикот, настапот во реализацијата на активността.</li> <li>- Кажете им на учесниците, без разлика на нивниот професионален статус, дека тие и не мора да имаат предзнаење за содржината на оваа активност. Токму затоа и има потреба од вакви видови неформална едукација.</li> </ul>

## Вежба 1 – Препознавање на новинарските форми

Пример на новинарска форма	Која новинарска форма ја читаш/слушаш
<p><b>Шест нови случаи на мали сипаници</b></p> <p>29 јануари 2019 / 16:01</p> <p>Нови шест случаи на мали сипаници се регистрирани на Инфективната клиника. Од нив, три лица, од кои две двегодишни од Ѓорче Петров и Моране и едно три и полгодишно дете од Гази Баба се хоспитализирани. На клиниката се сместени вкупно 27 лица со компликации од мали сипаници.</p>	
<p><b>ПИСМА ОД ЛОНДОН: Балансирање со разбирање</b></p> <p>Пишува: Жанета Скерлев</p> <p>1 декември 2018</p> <p>Во рамките на одржувањето добри добрососедски односи, ги поканивме да ни дојдат на гости соседите отспротива, Џон и Џени, нивните возрасни деца Кејти и Бен, и домашниот пријател Марти. Покана како покана, но значајна, зашто тука со соседите треба да мине време, зборувам за години, да се спријателиш. Муабетите, ако се прават, главно се прават на врата – нема како кај нас, повелете на кафе, комшија. Додуша, еднаш така пред две куќи, ја викнав да влезе комшиката од горе, таа мислеше дека дојде на поседок, заседна, па едвај си замина, а Англичанка, хм, мора да има нешто и во воздухот што ние Македонците го издишуваме.</p> <p>Но, да се вратам јас на соседите. И онака лефтерно, без да му ја мислам многу, ги прашувам – а вие јадете сè, нели? И тука почна. Џон е вегетаријанец. Џени не е, ама не може да поднесе риба. И мирисот на риба ѝ пречи, па ако не ни е тешко, да нема ништо што излегло од море? Бен почна како вегетаријанец, но сега е веган. Ако ми е компликувано, ќе си донесе тој нешто со себе... Не, не, велам јас, планирајќи да го повикам „Гугл“ на помош, а во крајна линија тука се и моите верни браќа Маркс и Спенсер (супермаркет), па ќе најдам нешто, не мора сè јас да готвам. Еее, од колку вечери ме имаат извадено, да можеле гостите само да сирнат во корпите отпадоци, па да ги пребројат обвивките со „специјалитети“, исти како дома подготвени!</p> <p>Ах, го забравив Марти! Тој јаде сè!</p>	

## За моето Скопје

Автор: Виктор Ефтимов

За моето Скопје имав грстови убави зборови. Ги носев в џеб за да ги расфрлам по улиците на кои им го подарив детството и чии пукнатини ме ничкосуваа наземи додека бегав од пријателите, играјќи криенка, граница, брканица итн. За секоја лузна постоеше и вдлабнатинка во тврдиот асфалт, која барем еднаш ме кутнала удолу, за потем да ги сети горчливите солзи на детето што ги скрши убавите зборови при падот. А такви зборови порано полесно се наоѓаа и потешко се кршеа. Се случуваше дури и да ги пронајдам во изобилие, па да морам, скриени в куфер да ги расфрлам низ светот кој дотогаш го имав истражено, та луѓето да слушнат за моето Скопје; дека беше едноставен град со голема душа.

Денес, моето Скопје го чувствувам како туѓо. Ги чекорам истите улици и наидувам на истите дупки, но убави зборови повеќе немам. Згаснаа заедно со духот на градов, кој впрочем, иако е толку празен, тој е толку многу задоволен со самиот себе. А како да не биде, кога за секоја побуна уште посилено го газат оние што го присвоија, го изобличија и го оковаа во пранги. Го преобразија во нешто што никогаш не бил, ниту, пак, некогаш сакал да стане.

Првин му ги отстранија парковите, претворајќи ги во катни гаражи. Сега заедно со моето Скопје и јас кашлам дури го дишам воздухот што ми навира и ме прави да се чувствувам труло. Потоа ги урнаа детските игралишта за да изградат нови станбени згради, па наместо детскиот плач, чинам, го слушам градов како тивко липа притиснат меѓу чеканот и наковалната. Кога ни тоа не беше доволно, решија да го доукрасат со барокни фасади, споменици и секакви други налудничави идеи. Та глеткава бодеше очи како раска во зборот при самата помисла дека некој некаде во Скопје нема ни канализациска мрежа. А можеби и има, но, сепак, повеќе ја претпочита улицата или Вардар – како место каде што...

## Новинарството е мртво, да живее гласот на народот?!

Автор: Сашо Орданоски

Припаѓам на малцинството новинари што сметаат дека нашата професија, новинарството, е осудена на исчезнување. Барем во смисла на тоа дека новинарите ги разбираме како луѓе што собираат вести и, применувајќи одредени професионални стандарди, ги подготвуваат за објавување во масовните медиуми. Како такви, наскоро – веројатно за помалку од две децении – ќе станеме непотребни.

Исчезнувањето на новинарската професија обично го илустрирам со улогата на коњите во модерната цивилизација: само до пред стотина години, не можеше да се замисли живот без коњи како клучен дел од



човечкото секојдневие во земјоделството, транспортот, водењето на војните или изградбата на мирот; меѓутоа, ако утре исчезне и последниот пастув–претставник на тие прекрасни, елегантни суштества – ништо значајно нема да се смени во нашиот начин на живеење. Коњите се убави, но нивната „професија“ е непотребна во модерната човечка цивилизација. Наскоро, се плашам, истото ги чека и новинарите.

(...)

Всушност, оваа вест, сама по себе, не е ни добра ни лоша. Таа само кажува како стојат работите. Но, би можело да се тврди дека опаѓањето на новинарството и исчезнувањето на новинарите како главни чинители во собирањето и на ширењето на информациите во едно општество е лоша вест за либералната демократија каква што е денес. Преку новинарската креативност се шири суштината на демократијата – јавната дебата за прашањата што го засегаат општеството – и се утврдуваат фактите, се посочува поширокиот контекст, се консултираат релевантните извори и соговорници, се даваат простор и време за малцинските ставови и за помалку атрактивните, но релевантни мислења, кредибилно и одговорно спакувани. Без тоа, во модерните општества, кои се потпираат на интернет-мрежата и кои страдаат од синдромот на акутен недостиг од внимание во јавноста, демократијата сè повеќе ќе се потпира врз „гласот на народот“ на социјалните мрежи, каде што гласните мнозинства ќе диктираат политички одлуки што ќе се должат на сè поекстремни, нетолерантни политички вредности.

(...)

Како што е познато, египетската граѓанска еуфорија наскоро по револуционерните настани исчезна, а наместо општествен консензус, вели Гоним, социјалните медиуми „само ја зголемија поларизацијата“ преку „овозможувањето да се шират дезинформации, гласишта, манипулации и говор на омраза“. „Опкружувањето стана многу отровно. Мојот интернет-свет стана воиште исполнето со тролови, лаги и говор на омраза.“ Меѓу другото, и поради ова, популистите, со своите лесни одговори и за најсложените општествени прашања, сè повеќе доминираат во дебатите по многу важни прашања за нашите животи. Да го парафразирам Иван Крастев: можеби револуцијата може да се твитне, но за сериозни реформи во општеството е неопходно старото, добро новинарство, што неповратно исчезнува.

Со среќа, Демократијо!

## ВО ТЕТОВСКО: Американец го истражува срушениот американски бомбардер

Истрагата ја почнале во март лани, кога амбасадорот на САД во Северна Македонија, Пол Волерс, побарал да се дознае повеќе за срушениот американски бомбардер.

Летото 1944 година борба за живот или смрт се случувала на небото над Северна Македонија кога американски бомбардер, погоден од противавионски непријателски оган, се срушил во близина на тетовското село Вратница.

Во авионот имало деветмина американски војници, а падот го преживеале само тројца. Први на помош им дошле жители од селото, кои се искачиле по падините на Шар Планина до местото каде што биле остатоците од бомбардерот „Б-24“, наречен „Наша љубов“.

За ова ни раскажа Спенсер Филдс, историчар и службеник во американската амбасада во Скопје. Тој речиси една година истражувал за падот на бомбардерот и за судбината на младите американски војници што го сочинувале екипажот на леталото.

Истрагата ја почнале во март лани, кога амбасадорот на САД во Скопје, Пол Волерс, побарал да се дознае повеќе за срушениот американски бомбардер. До средината на мај никако не можел да влезе во трага за настанот. Сепак, во еден миг вратите почнале да се отвораат.

Со часови истражувањав, но секогаш завршувањав во ќор-сокак. Сè што имав беше само несигурно сеќавање на жител од Вратница, кој тврдел дека им помогнал на некои Американци што преживеале пад на авион во 1943 година. Сакав да се откажам. Но, по една рутинска презентација во Тетово прашав колку е далеку Вратница и ми кажаа дека е на 20 минути на север, раскажува Филдс.

Заминал во селото каде што го упатиле во селската црква. Таму нашол книга во која било запишано дека за време на Втората светска војна во атарот на Вратница се срушил авион, во август 1994 година. Овој податок го охрабрил набргу повторно да се врати таму, опремен со детектор за метал.

Ми велеа, што барате горе, таму нема ништо да најдете. Сепак, се искачивме по стрмниот терен. Рачниот детектор за метал не даваше никаков звук, што беше фрустрирачки, сè додека, на неколку чекори подалеку, конечно почна да свири. Ја откопав земјата со раце и најдов искривено парче алуминиум. Додека го држев за да го видам на сонце, забележав линија од нитни, деформирани од топлината и од времето, но изработени од вешта рака во Сан Франциско, Форт Ворт, Тулса или Вилоу Ран, во Мичиген, пред повеќе од 70 години”, раскажува Филдс за тоа што го открил на 1.500 метри надморска височина.

Водичот на екипата, пак, пронашол и мал челичен диск што личел на капак од лименка. Откако го избришале на површината се појавил текст: „Регулатор... Кислород... АН-6022-1“. Тоа било знак - го пронашле авионот.

Откриените предмети му помогнале да дојде до записи за несреќата, како и до потомците на загинатите и на преживеаните војници. Тоа понатаму довело до склопување на мозаикот за целата случка околу падот на авионот.

**Дигитализација - подобра слика, но сè уште без висока HD-резолюција за сите**

Пишува: Владимир Петрески

Несомнено е дека дигитализацијата донесе поквалитетна телевизиска

слика. На 1 јуни 2013 година конечно престана емитувањето на застарениот композитен сигнал, чија резолуција беше 640 на 480 (број на најситни светлечки пиксели, односно точки на екранот од телевизорот, кои ја менуваат бојата и од која е создадена телевизиската слика) и форматот од 4:3 (сооднос на должината со висината на ТВ-сликата). Резолуцијата, односно густината на светлечките точки е важна затоа што од неа зависи и квалитетот на телевизиската слика – што поголема резолуција, тоа поквалитетна, поостра слика. Квалитетот на ТВ-сликата зависи и од други елементи, но овој е еден од најважните и основа за подобрување и на другите.

Новите дигитални технологии овозможува ТВ-сигналот да биде емитуван во стандардна дефиниција (standard definition – SD/EDTV-стандард од 720x 576 точки) или висока дефиниција (high definition – HDTV-стандард со резолуција од 1.280x720), па сè до максимумот од 1.920x1.080 резолуција, при што се смени и форматот, кој сега изнесува 16:9. Исто така, беше усвоен DVB-T стандардот за емитување програма, при што ТВ-сигналот се емитува во компримирана форма.

(...)

Но, и покрај тоа што сега веќе има телевизии што емитуваат HD-сигнал во висока 1.920x1.080 резолуција, како „Сител“, МТВ, ТВ 21, „Телма“, новата кабелска телевизија „Нова“, ТВ „Тера“ од Битола и други, сепак, тоа не значи дека до телевизорите на сите домаќинства така емитуваниот HD-сигнал и пристигнува во таа форма. Во целиот синџир на емитување од ТВ-станциите, преку ТВ-операторите со ТВ-апаратите на домаќинствата, сигналот мора да биде преземен и емитуван во HD-резолуција за така и да стигне до гледачите. Само ако еден од овие делови на синџирот на емитување и на реемитување ја намали резолуцијата, на крајот ќе се добие сигнал со послаб квалитет. А, тоа намалување на резолуцијата може да се случи на различни места. Може да настане кај ТВ-операторот, односно операторите со јавни комуникациски мрежи, како што официјално се викаат комерцијалните компании што собираат претплата од домаќинствата и од компаниите, какви што се кабелските оператори „Близу“, „Телекабел“ и другите, DVB-T-операторот „Оне“ (ТВ-пакетите од марката „Бум ТВ“), IPTV-операторот „Македонски телеком“ (пакетите од марката „Макс ТВ“) и сателитскиот оператор „Тотал ТВ“. Еве што за овој проблем вели Борче Николовски, раководител на техника во „24 Вести“:

**Проблемот е во тоа како те презема операторот. Сите телевизии на некои оператори се емитуваат во две платформи – во HD-резолуција или SD-резолуција. Операторот е должен да ги има и двата формата за да може да му ги понуди на крајниот корисник.**

Но, проблемот може да настане и на другата страна, односно во домаќинствата. Бадијала е операторот да доставува HD-квалитет, ако претплатникот нема телевизор што може да ја прикаже таквата слика, туку таа мора преку приемниот уред (кутијата добиена од ТВ-операторот или купена во продавница за бесплатно следење на националните телевизии и на програмите на Македонската радио-телевизија – МРТ) и далечинскиот управувач да биде редуцирана до резолуција што му одговара на телевизорот.

Околу 40% од граѓаните немаат купено телевизори со рамен екран, туку сè уште користат CRT-телевизори (со катодна цевка), вели Николовски.

Дури и од новите телевизори со рамен екран, не сите имаат способност за прикажување т.н. FullHD слика во резолуција 1.920×1.080, туку се сертифицирани како HDRReady, што значи резолуција од 1.280×720, на пример. Ваквите телевизори, иако немаат можност за репродукција на целосна HD-резолуција, се популарни поради пониската цена.

Настрана фактот што сите ТВ-станции не емитуваат во HD-резолуција и што сите домаќинства немаат HD-телевизори, што се случува со ТВ-операторите? Дали тие барем емитуваат HD-сигнал од ТВ-станциите од кои го добиваат како таков? Тука работите се компликувани и тоа зависи и од самиот оператор, но и од видот на операторот. Кабелските оператори, по правило, би требало да можат да емитуваат во HD без проблем, затоа што кабелот им овозможува непречено „ширење“ и преносот зависи само од тоа дали нивната опрема, нивните „централи“ се наменети и имаат можност за HD-емитување. Во Северна Македонија има 71 кабелски оператор и најголем дел од нив се мали и локални, па не е лесно да се утврдат резолуцијата и форматот на нивното емитување.

Од друга страна, пак, сателитскиот ТВ-оператор „Тотал ТВ“ емитува во HD низ целата територија на земјата:

**Оние што добиваат ТВ-програма преку сателит се во предност, зашто имаат добар сигнал на целата територија на земјата. Предност е и тоа што сателитскиот приемник можете да го земете со себе и да гледате телевизија и во вашата викендичка, на пример, ако претходно и таму имате поставено соодветна антена. Можете дури и сателитскиот приемник да го однесете во странство, зашто сателитскиот сигнал се емитува и во други земји и и таму да ги гледате македонските канали, вели Николовски.**

Кога станува збор за DVB-T операторот, каков што е „Оне“ со марката „Бум ТВ“, тој не се емитува во HD. И самиот приемен уред, кој се добива за ваквиот ТВ-пакет, нема т.н. HDMI-излез за телевизор, кој е неопходен за прием во HD, објаснува Николовски.

## За песните, писмата, штрковите и запирките: замките во преводите

Пишува: Стојан Синадинов

Кога пред некој ден почина славниот сплитски пејач Оливер Драгоевиќ, порталите во Северна Македонија влегоа во општата трка за кликови со наслови и содржини, чија тема беше веста за смртта на заштитниот знак на далматинскиот дух и песна. Порталот „Репортер“ ја пренесе **објавата на „Инстаграм“** на пејачката Северина: „На писмата на Оливер ги учев моите први зборови“, гласеше насловот на текстот во кој таа изразува длабока тага, наведувајќи дека практично научила да зборува од песните на Оливер.

Сè би било во ред, ако и Северина не е Далматинка и сплиќанка, па нејзината објава е напишана – како инаку?! – во сплитски говор, во кој терминот „писма“ значи песна. Доволно за урнебесни реакции на

социјалните мрежи, па порталот по некое време ги исправи **грешките**. Бидејќи, не беа само „писмата“ проблем, туку и преводот на карактеристичниот далматински термин „папе“ (опеан токму во една од легендарните песни на Драгоевиќ, „**Опрости ми, папе**“), кој во првичната верзија на преводот на објавата на Северина на порталот гласеше „Папа“, како ватикански поглавар, а не како ословување на татко или постар човек кон кого имате посебни емоции и респект.

Македонските портали често грешат во преводите од српски и хрватски јазик. Најчестите грешки се случуваат кога не се познаваат падежите во посочените јазици, па не е реткост некој Зоран Петровиќ, да стане Зорана Петровиќа (на пример: „Полиција је тражила Зорана Петровиќа“ правилно треба да гласи „Полицијата го бараше Зоран Петровиќ“). Или, пак, кога српските медиуми ќе ја ословат актуелната министерка Зорана Михајловиќ како Михајловиќка, неретко таа повторно завршува во македонските портали како – Михајловиќка, а треба да остане Михајловиќ.

### Можни одговори

1) Новинарски коментар

2) Истражувачка сторија

3) Вест

4) Колумна

5) Репортажа

## Активност 2: Јас новинар

Теми	Пишување новинарски форми. Многу често читаме, слушаме или гледаме новинарски текст без да знаеме што треба тој да содржи. Незнаењето на одредени новинарски форми може да нè наведе на погрешно примање на информациите што се содржани во нив. Се случува во процесот на восприемање на новинарски коментар ставот на авторот да го прифатиме како вест, а не како негово тврдење.
Цели	Оваа активност има цел да го стави учесникот во улога на новинар.
Големина на групата	Нерелевантно
Времетраење	20+20 минути - пишување+дискусија
Материјал	Хартија или компјутер, моливи.
Упатства	<ul style="list-style-type: none"><li>- Поделете го работниот материјал и појаснете дека целта на оваа активност е да се запознаат учесниците со процесот на создавање на основните новинарски форми. Кажете им на учесниците дека откако ќе ги напишат, ќе следуваат дискусија и коментар на написите.</li><li>- Направете дискусија за тоа дали оваа активност е соодветна во рамките на обуките и за кои целни групи (според возраст, степен на образование, професија).</li></ul>
Дискусија и оценување	Предавачот треба да се концентрира на откривање на впечатокот на учесниците. Може да ги праша учесниците: <ul style="list-style-type: none"><li>- Дали ви беше интересна активноста?</li><li>- Дали ова е добра воведна активност?</li><li>- Колку ви е позната содржината на оваа активност?</li><li>- Сретнавте (чувте) ли нови, за вас непознати термини во оваа активност?</li><li>- Имате ли дополнителни прашања?</li></ul>
Совети за модераторот	<ul style="list-style-type: none"><li>- Внимавајте на тонот, јазикот, настапот во реализацијата на активноста.</li><li>- Кажете им на учесниците, без разлика на нивниот професионален статус, дека тие и не мора да имаат предзнаење за содржината на оваа активност. Токму затоа и има потреба од вакви видови неформална едукација.</li></ul>

## Вежба 2 – Јас новинар

Напиши вест при што ќе ги користиш основните пет прашања:  
Кој?, Што?, Кога?, Каде? и Како? со следниве зборови:

1. Концерт филхармонија МНТ утревечер Мајски оперски вечери одржува
2. Северна Македонија вакцини месец декември Министерство за здравство набавени тендер
3. Граничен премин МВР недозволени опијати септември заплени кеси сендвичи претрес

## Активност 3: Факт/Мислење

Теми	Критичко мислење
Цели	Оваа активност има цел да му даде насоки на учесникот како да разликува мислења од факти.
Големина на групата	Нерелевантно
Времетраење	Во зависност колку примери ќе бидат користени.
Материјал	Хартија или компјутер, моливи.
Упатства	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Поделете го работниот материјал и појаснете дека целта на оваа активност е да се запознаат учесниците со значењето на фактите и мислењата.</li> <li>- Дискусија на тема „Што е разликата меѓу фактот и мислењето?“</li> <li>- Чекорите на реализацијата на активноста зависат од целните групи (според возраст, степен на образование, професија).</li> </ul>
Дискусија и оценување	<p>Предавачот треба да се концентрира на откривање на впечатокот на учесниците. Може да ги праша учесниците:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Дали ви беше интересна активноста?</li> <li>- Дали ова е добра воведна активност?</li> <li>- Колку ви е позната содржината на оваа активност?</li> <li>- Сретнавте (чувте)ли нови, за вас непознати термини во оваа активност?</li> <li>- Имате ли дополнителни прашања?</li> </ul>
Совети за модераторот	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Внимавајте на тонот, јазикот, настапот во реализацијата на активноста.</li> <li>- Кажете им на учесниците, без разлика на нивниот професионален статус, дека тие и не мора да имаат предзнаење за содржината на оваа активност. Токму затоа и има потреба од вакви видови неформална едукација.</li> </ul>



### Вежба 3 – Факт/Мислење

1. Мајка ми е најдобрата мајка во светот. \_\_\_\_\_
2. Твојот стан за некој метар е поголем од мојот. \_\_\_\_\_
3. Не можам да ти кажам мејл-адреса. \_\_\_\_\_
4. Најдлабоката точка на Охридското Езеро е 288 метри. \_\_\_\_\_
5. Кучињата се подобри миленичиња од желките. \_\_\_\_\_
6. Осумдесет и пет проценти од сите случаи на рак на белите дробови во САД се предизвикани од пушење.
7. Во светот постојат две држави Кореи. \_\_\_\_\_
8. Во Северна Македонија има најмногу планински врвови, на дури 34 планини и ниту еден не е понизок од 2.000 м. \_\_\_\_\_
10. Двајца од десет американски граѓани се здодевни. \_\_\_\_\_
11. Музиката во кафулињата е прегласно пуштена. \_\_\_\_\_
12. Купил стан од 30м<sup>2</sup> во Гевгелија. \_\_\_\_\_
13. Велес се наоѓа на 40 км оддалеченост од Скопје. \_\_\_\_\_
14. Високите згради во градовите влијаат на човековата психа. \_\_\_\_\_
15. Секој добар ручек треба да се заврши со добар колач. \_\_\_\_\_

#### Можни одговори

1.М	6.Ф	11.Ф
2.М	7.Ф	12.Ф
3.М	8.Ф	13.М
4.Ф	9.М	14.М
5.М	10.М	15.М

## Активност 4: Испуштено внимание

Теми	Критичко читање – читање со разбирање
Цели	Оваа активност има цел: - Да ја зголеми концентрацијата при восприемање одреден текст - Да поттикне когнитивност (разбирање) на еден текст.
Големина на групата	Нерелевантно
Времетраење	Во зависност колку примери ќе бидат користени.
Материјал	Хартија или компјутер, моливи.
Упатства	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Поделете го работниот материјал и појаснете дека целта на оваа активност е да се поттикнат учесниците на критичко читање (или читање со разбирање)</li> <li>- Дискусија на тема – Колку има логика во поврзувањето на гласовите во зборови? Колку испуштањето на еден глас (буква) го менува кажаното (напишаното)?</li> <li>- Чекорите на реализацијата на активноста е во зависност од целните групи (според возраст, степен на образование, професија).</li> </ul>
Дискусија и оценување	<p>Предавачот треба да се концентрира на откривање на впечатокот на учесниците. Може да ги праша учесниците:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Дали ви беше интересна активноста?</li> <li>- Дали ова е добра воведна активност?</li> <li>- Колку ви е позната содржината на оваа активност?</li> <li>- Сретнавте (чувте)ли нови, за вас непознати термини во оваа активност?</li> <li>- Имате ли дополнителни прашања ?</li> </ul>
Совети за модераторот	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Внимавајте на тонот, јазикот, настапот во реализацијата на активноста.</li> <li>- Кажете им на учесниците, без разлика на нивниот професионален статус, дека тие и не мора да имаат предзнаење за содржината на оваа активност. Токму затоа и има потреба од вакви видови неформална едукација.</li> </ul>

## Вежба 4 - Испуштено внимание

За оваа вежба е потребна концентрација и критичко мислење. Дадена е комбинација од гласови (букви), но една е испуштена. Ако ја пронајдеме, ќе составиме реченица од 5 збора. Која буква (самогласка) недостасува, а треба да стои 5 пати.

Која е самогласката? \_\_\_\_\_

1.Текстовте гчитам со внимание. Реченицата е \_\_\_\_\_

2.Вестите гчитам со внимание. Реченицата е \_\_\_\_\_

Која е самогласката? \_\_\_\_\_

1.Лажните вести погрешно не известуваат. Реченицата е \_\_\_\_\_

2.Секоја вечер најчесто гледаме вести. Реченицата е \_\_\_\_\_

### Точни одговори:

Самогласка – И

1.Текстовите ги читам со внимание.

2. Вестите ги читам со внимание.

Самогласка – Е

1.Лажните вести погрешно не известуваат.

2.Секоја вечер најчесто гледаме вести.

## Активност 5: Натрапник во текст

Теми	Критичко читање – читање со разбирање
Цели	Оваа активност има цел: - Да поттикне когнитивност (разбирање) на еден текст. - Подредување мисловни пасуси во логични јазични целини.
Големина на групата	Нерелевантно
Времетраење	Во зависност колку примери ќе бидат користени.
Материјал	Хартија или компјутер, моливи.
Упатства	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Поделете го работниот материјал и појаснете дека целта на оваа активност е да се поттикнат учесниците да размислуваат за смисловни целини</li> <li>- Дискусија на тема – Колку има логика во следственоста на презентираните мисли? Дали лесно може да се откријат мисли натрапници во одредена мисловна целина?</li> <li>- Чекорите на реализацијата на активноста е во зависност од целните групи (според возраст, степен на образование, професија).</li> </ul>
Дискусија и оценување	<p>Предавачот треба да се концентрира на откривање на впечатокот на учесниците. Може да ги праша учесниците:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Дали ви беше интересна активноста?</li> <li>- Дали ова е добра воведна активност?</li> <li>- Колку ви е позната содржината на оваа активност?</li> <li>- Сретнавте (чувте)ли нови, за вас непознати термини во оваа активност?</li> <li>- Имате ли дополнителни прашања ?</li> </ul>
Совети за модераторот	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Внимавајте на тонот, јазикот, настапот во реализацијата на активноста.</li> <li>- Кажете им на учесниците, без разлика на нивниот професионален статус, дека тие и не мора да имаат предзнаење за содржината на оваа активност. Токму затоа и има потреба од вакви видови неформална едукација.</li> </ul>

### Вежба 5 - Натрапник во текст

Откријте ја реченицата натрапник во текстовите:

**Текст 1** - „Утврдената методологија за анализа на објавените прилози во македонските медиуми кај рецензентите имаше цел да ги направи поостроумни читателите, гледачите или слушателите и да ги направи почувствителни на лагата или искривената

вистина! Во наставните планови и програми треба да се воведат содржини од медиумската писменост, кои одговараат на потребите за создавање критичко мислење. И, секако, да ги направи повнимателни. Методолошкиот избор на Сервисот за проверка на факти се базираше на искуства на одредени искусни новинари, на искуства на странски посматрачи, како и на предлози на трети лица (читатели или гледачи) од кај нас. Секако, се користеше и „Кодексот на новинарите на Македонија“.

**Текст 2** – „Македонија вторпат се најде на последното место на европската скала според Индексот за медиумска писменост од 35 земји. Истражувањето на Иницијативата за европски политики при Институтот „Отворено општество“ од Софија покажа дека земјите од Северозападна Европа се најотпорни на влијанието на лажните вести токму поради квалитетот на образованието и слободата на медиумите. Сеење страв е техника на ширење неосновани шпекулации или трачеви за одредена опасност што надоаѓа. Финска, Данска, Холандија, Шведска и Естонија се петте држави што покажаа највисоки резултати на Индексот за медиумска писменост, и кои се најотпорни на влијанието на лажните вести.“

**Текст 3** – „За потребите на прирачникот беше формиран тим од претставници на невладиниот и државниот сектор, од општествените и природните науки (новинарство, психологија, социјални невронауки), и воопшто поединци со различни работни искуства и светогледи. Ако дневниот новинар е полицаец што констатира што се случило, истражувачкиот новинар оди чекор понатаму. Овој прирачник е резултат на креативно здружување и колажно соединување на различни перспективи од еден мултидисциплинарен тим на автори и координатори. Конечната цел е да се добие повеќеслојната слика и целовита претстава за темата на критичката евалуација на информациите.“

**Текст 4** – „Политичарите како центри на моќ отсекогаш се обидуваат да имаат што поголема контрола врз содржините и информациите што ги пласираат медиумите. Насловната конструкција е формирана само за да привлече што е можно поголем број кликувања на веста. Од друга страна, медиумите се во секојдневна трка по нови и ексклузивни информации, кои ќе го задржат вниманието на јавноста. Оттаму, често се создава повратна спрега меѓу овие актери, во која дел од медиумите се обидуваат да ги откријат новостите директно од самите вршители на јавни функции. На тој начин медиумите стануваат посредник на пораки помеѓу политичарите и граѓаните.“

**Текст 5** – „Македонија вторпат се најде на последното место на европската скала според Индексот за медиумска писменост од 35 земји. Истражувањето на Иницијативата за европски политики при Институтот „Отворено општество“ од Софија покажа дека земјите од Северозападна Европа се најотпорни на влијанието на лажните вести токму поради квалитетот на образованието и слободата на медиумите. ПИСА ја оценуваше научната писменост т.е. способноста за ангажирање со прашања поврзани со науката, како и со идеите од науката кои се рефлектираат врз граѓаните. Финска, Данска, Холандија, Шведска и Естонија се петте држави што покажаа

највисоки резултати на Индексот за медиумска писменост, и кои се најотпорни на влијанието на лажните вести.“

### Точни одговори:

1. Во наставните планови и програми треба да се воведат содржини од медиумската писменост, кои одговараат на потребите за создавање критичко мислење.

2. Сеење страв е техника на ширење неосновани шпекулации или трачеви за одредена опасност што надоаѓа.

3. Ако дневниот новинар е полицаец кој констатира што се случило, истражувачкиот новинар оди чекор понатаму.

4. Насловната конструкција е формирана само за да привлече што е можно поголем број кликувања на веста.

5. ПИСА ја оценуваше научната писменост, т.е. способноста за ангажирање со прашања поврзани со науката, како и со идеите од науката кои се рефлектираат врз граѓаните.

## Активност 6: Силни и слаби аргументи

Теми	Критичко читање на аргументи
Цели	Оваа активност има цел: - Да поттикне когнитивност (разбирање) на еден текст и прикажаните аргументи на авторот; - Вреднување на јачината/издржаноста на аргументите.
Големина на групата	Нерелевантно
Времетраење	Во зависност колку примери ќе бидат користени.
Материјал	Хартија или компјутер, моливи.
Упатства	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Поделете го работниот материјал и појаснете дека целта на оваа активност е да се поттикнат учесниците квалитативно да вреднуваат аргументи.</li> <li>- Дискусија на тема „Колку неиздржаните (слаби) аргументи влијаат на консументот? Дали секој т.н. аргумент е вистински аргумент или е лажна содржина, мислење на авторот?“</li> <li>- Чекорите на реализацијата на активноста е во зависност од целните групи (според возраст, степен на образование, професија).</li> </ul>
Дискусија и оценување	<p>Предавачот треба да се концентрира на откривање на впечатокот на учесниците. Може да ги праша учесниците:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Дали ви беше интересна активноста?</li> <li>- Дали ова е добра воведна активност?</li> <li>- Колку ви е позната содржината на оваа активност?</li> <li>- Сретнавте (чувте) ли нови, за вас непознати термини во оваа активност?</li> <li>- Имате ли дополнителни прашања ?</li> </ul>
Совети за модераторот	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Внимавајте на тонот, јазикот, настапот во реализацијата на активноста.</li> <li>- Кажете им на учесниците, без разлика на нивниот професионален статус, дека тие и не мора да имаат предзнаење за содржината на оваа активност. Токму затоа и има потреба од вакви видови неформална едукација.</li> </ul>

### Вежба 6 - Силни и слаби аргументи

Замисли дека читате текст за значењето на факултетското образование во едно општество. Авторот во текстот наведува два аргумента со кои го брани својот став. Одреди со кој од двата аргумента авторот силно го поткрепува своето тврдење.



**1.Тврдење:** Факултетското образование треба да е бесплатно за сите студенти

**Прв аргумент:** Не, премногу образовани луѓе, особено во една област, може да доведе до невработеност.

Силен аргумент

Слаб аргумент

**Точен одговор:** слаб аргумент

**Објаснување:**

Аргументот се однесува само на преголем број образовани лица во однос на квалификациите, а тврдењето не дискутира за ова прашање, како резултат на тоа аргументот не се однесува целосно на изјавата, па затоа е слаб аргумент.

**Втор аргумент:**

Да, треба затоа што висококвалификувана работна сила обезбедува високо ниво на продуктивност на вработените во организациите.

Силен аргумент

Слаб аргумент

**Точен одговор:** Силен аргумент

Замисли дека читате текст за влијанието на продуктивноста на правата и обврските на работодавачите и вработените. Авторот во текстот наведува два аргумента со кои го брани својот став. Одреди со кој од двата аргумента авторот силно го поткрепува своето тврдење.

**2. Тврдење:** Работодавачите треба да им овозможат на сите вработени да имаат флексибилно работно време.

**Прв аргумент:** Да, затоа што ако сите вработени имаат можност за флексибилно работно време ќе можат слободно да го усогласат работното време со приватниот живот и на тој начин ќе бидат позадоволни.

**Втор аргумент:** Да затоа што сите работодавачи што ја уважуваат личноста на вработениот во просек покажуваат поголема продуктивност.

**Трет аргумент:** Не треба да има флексибилно работно време за сите вработени затоа што ќе се создаде разлика и завист меѓу вработените, а со тоа ќе се намали продуктивноста.

Дискусија во која ќе се разгледуваат слабите и силните страни на аргументите.

## Активност 7: Читање написи во медиуми

Теми	Медиумска писменост
Цели	<p>Оваа активност има цел:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Да поттикне активно читање со разбирање на написи во различни медиуми;</li> <li>- Да поттикне откривање недоследности во објавени текстови.</li> </ul>
Големина на групата	Нерелевантно
Времетраење	Во зависност колку примери ќе бидат користени.
Материјал	Хартија или компјутер, моливи.
Упатства	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Поделете го работниот материјал и појаснете дека целта на оваа активност е да се поттикнат учесниците квалитативно да вреднуваат аргументи.</li> <li>- Дискусија на тема „Колку неиздржаните (слаби) аргументи влијаат на консументот? Дали секој т.н. аргумент е вистински аргумент или е лажна содржина, мислење на авторот?“</li> <li>- Чекорите на реализацијата на активноста е во зависност од целните групи (според возраст, степен на образование, професија).</li> </ul>
Дискусија и оценување	<p>Предавачот треба да се концентрира на откривање на впечатокот на учесниците. Може да ги праша учесниците:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Дали ви беше интересна активноста?</li> <li>- Дали ова е добра воведна активност?</li> <li>- Колку ви е позната содржината на оваа активност?</li> <li>- Сретнавте (чувте) ли нови, за вас непознати термини во оваа активност?</li> <li>- Имате ли дополнителни прашања?</li> </ul>
Совети за модераторот	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Внимавајте на тонот, јазикот, настапот во реализацијата на активноста.</li> <li>- Кажете им на учесниците, без разлика на нивниот професионален статус, дека тие и не мора да имаат предзнаење за содржината на оваа активност. Токму затоа и има потреба од вакви видови неформална едукација.</li> </ul>

Вежба 7 - Читање написи во медиуми

Назив	Опис	Наведи примери од различни медиуми
<p><b>Повикување на авторитети</b></p> <p>Склоност да се припише вистинитост на исказ доколку е кажан од авторитет</p>	<p>Пропагандна порака што се толкува како вистинита само затоа што е пренесена од политички лидери. Личност облечена во бел мантил се претставува како доктор и рекламира паста за заби.</p>	<p>Учесниците даваат примери</p>
<p><b>Повикување на веројатност</b></p> <p>Склоност да се верува дека можноста нешто да се случи е доказ оти истото ќе се случи</p>	<p>Тврдење дека сигурно ќе има прилив на мигранти само затоа што постои (макар и најмала) веројатност тоа да се случи.</p>	
<p><b>Заблуда за „праведен свет“</b></p> <p>Склоност да се верува дека светот е предодреден да биде праведен, т.е. дека лоши работи им се случуваат на лоши (за казна), а добри на добри луѓе (за награда)</p>	<p>Кога полов напад би се оправдал со тврдењето дека жртвата носела провокативна облека и го предизвикала напаѓачот.</p>	
<p><b>Занемарување основни податоци</b></p> <p>Склоност да се процени врз основа на специфични податоци, без да се земат предвид основните податоци за дадениот случај</p>	<p>Тврдење дека пациент со ХИВ мора да е хомосексуалец, бидејќи инфекцијата е почеста кај таа популација, без да се земе предвид дека таа популација чини мал процент од вкупното население.</p>	

Спроведете дискусија за посочените примери

Назив	Опис	Наведи примери од различни медиуми
<p><b>Повикување на мнозинство</b></p> <p>Склоност да се верува во вистинитоста на некој исказ ако мнозинството го поддржува.</p>	<p>Кога би се земал за точен исказот „2+2=5“ само затоа што мнозинството го тврди тоа.</p> <p>Рекламна порака „сите ги јадат нашите смоки“.</p> <p>Повеќе од 50% + 1 гласаа за партија X, ако не ви се допаѓа што прават, немате право на приговор до наредните избори.</p>	<p>Учесниците даваат примери</p>
<p><b>Повикување на отсуство на спротивен доказ</b></p> <p>Склоност да се верува дека некој исказ е вистинит само затоа што отсуствува доказ оти не е вистинит (како и обратното)</p>	<p>Кога се тврди дека некој осомничен крадел зашто не постои доказ оти е невин. (Отсуство на доказ не потврдува, ниту побива тврдење).</p>	
<p><b>Повикување на традиција</b></p> <p>Склоност да се верува во вистинитоста на некој исказ доколку тој кореспондира со искуството и традицијата</p>	<p>Тврдење дека некоја болест се лекува со баење само затоа што таква била традицијата во семејството, со генерации наназад.</p>	
<p><b>Лажна дихотомија</b></p> <p>Склоност да се претстават само две (обично спротивставени) можности како единствен избор, во случај кога постојат повеќе.</p>	<p>Тврдење дека ако некој не е приврзаник на ВМРО-ДПМНЕ, мора да е приврзаник на СДСМ.</p>	

Спроведете дискусија за посочените примери

Назив	Опис	Наведи примери од различни медиуми
<p><b>Лажна аналогија</b> Склоност да се направи аналогија меѓу две неповрзани работи, и потоа аналогијата да се искористи за да се направи претпоставка</p>	<p>Тврдење дека еден работник во голема корпорација треба да биде експлоатиран, затоа што тој е спореден со шрафче во голема беспрекорна машина.</p>	<p>Учесниците даваат примери</p>
<p><b>Селективен доказ</b> Склоност кон укажување на факти што говорат во прилог на застапувано тврдење и истовремено игнорирање на факти што се против тоа.</p>	<p>Тврдење дека вакцини предизвикуваат аутизам доколку е засновано на истакнување изолирани позитивни наоди и игнорирање на мнозинство негативни.</p>	
<p><b>Кружно расудување</b> Исто така познат како кружна логика, е склоност еден логичен заклучок употребен во една ситуација неадекватно да се употреби како аргумент во друга неповрзана ситуација.</p>	<p>Тврдење дека секој убиец има ментално растројство зашто само ментално растроена личност би извршила убиство.</p>	
<p><b>Аргумент што произлегува од повторување</b> Склоност кон повторување ист податок во поддршка на искажана теза.</p>	<p>„Илјада пати повторена лага станува вистина“</p>	
<p><b>Аргумент против човекот</b> Склоност да се нападне некое тврдење преку напад на личноста што го застапува.</p>	<p>Тврдење дека некој не е повикан да изнесе став на тема за која е квалификуван, преку обид за дискредитација на неговиот карактер наместо на неговото знаење.</p>	
<p><b>Повикување на емоции</b> Склоност кон употреба на говор заснован на убедување наместо на факти со цел да се предизвикаат емоции кај соговорникот и да се победи во дискусија.</p>	<p>Тврдење дека сите кучиња скитници треба да се евтаназираат врз основа на опис на потресна сцена во која дете е нападнато од куче скитник.</p>	

Спроведете дискусија за посочените примери

## Активност 8: Дали насловот ја открива темата на текстот?!

Теми	Медиумска писменост
Цели	Оваа активност има цел: - Да се оспособи да поврзува текст со наслов; - Да открива намерни несоодветни наслови (сензации).
Големина на групата	Нерелевантно
Времетраење	Во зависност колку примери ќе бидат користени.
Материјал	Хартија или компјутер, моливи.
Упатства	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Поделете го работниот материјал и појаснете дека целта на оваа активност е да се поттикнат учесниците да откриваат колку насловот е во корелација со напишаното?</li> <li>- Дискусија на тема „Дали насловот на текстот соодветствува на напишаното? Што се крие во наслови сензации?“</li> <li>- Чекорите на реализацијата на активноста се во зависност од целните групи (според возраст, степен на образование, професија).</li> </ul>
Дискусија и оценување	<p>Предавачот треба да се концентрира на откривање на впечатокот на учесниците. Може да ги праша учесниците:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Дали ви беше интересна активноста?</li> <li>- Дали ова е добра воведна активност?</li> <li>- Колку ви е позната содржината на оваа активност?</li> <li>- Сретнавте (чувте) ли нови, за вас непознати термини во оваа активност?</li> <li>- Имате ли дополнителни прашања ?</li> </ul>
Совети за модераторот	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Внимавајте на тонот, јазикот, настапот во реализацијата на активноста.</li> <li>- Кажете им на учесниците, без разлика на нивниот професионален статус, дека тие и не мора да имаат предзнаење за содржината на оваа активност. Токму затоа и има потреба од вакви видови неформална едукација.</li> </ul>

### Вежба 8. Дали насловот ја открива темата на текстот?!

Поврзи ги насловите со текстовите

Текстови без наслови		Наслови без текст	
1	<p>Граѓанската иницијатива ЗА ЗАЕДНИЧКА МАКЕДОНИЈА денеска промовира песна со наслов „Стих за љубовта“.</p> <p>Во Заедничка Македонија се роди и песна. Како и во сè што правиме, така и во неа нè води Љубовта. Од идеја до реализација помогнаа многу луѓе на кои сме им неизмерно благодарни, стои во нивниот ФБ-статус.</p>	1	Кои мирисни ноти ќе преовладуваат во 2019 година!
2	<p>Во светот на парфемите веќе на големо се дискутира за тоа кои трендови ќе преовладуваат во 2019 година, а најбарани треба да бидат интензивно-гурманските и, се разбира, парфемите со цветни ароми и цветни букети, кои својата кулминација ќе ја достигнат во пролетната сезона. Што се однесува до новите лансирања, парфемите кои ќе почнете да ги приметувате на полиците на парфимериите веднаш по Новата година, ќе станува збор за нови верзии на добропознатите <u>парфемски линии</u>.</p>	2	Исчезната 17-годишна девојка во село Слатина
3	<p>Вчера во 12.30 часот во Секторот за внатрешни работи Тетово, М.Р.(46) пријавил дека на 4.8.2018 година од домот на нејзиниот дедо во село Слатина, во непознат правец се оддалечила неговата 17-годишна ќерка, соопштуваат од Министерството за внатрешни работи. Се преземаат мерки за пронаоѓање на лицето.</p>	3	Промовирана база на податоци на експертки во Македонија
4	<p>База на податоци на жени експерти денеска беше промовирана во Скопје. Целта на проектот произлегува од потребата експертизата на жените во Република Македонија да биде повидлива, со цел да се намалат изговорите дека кога се потребни луѓе со знаење не можат да се најдат жени. Во оваа база на податоци на едно место ќе можат да се најдат експертки од сите области, без оглед дали им се потребни на здруженија на граѓани, медиуми, политички партии или компании.</p> <p>Министерката за труд и социјална политика Мила Царовска, на промоцијата на базата на податоци, рече дека многупати сме сведоци на дебати каде што сите на масата се мажи и тоа е многу страшно за едно општество.</p>	4	Промовирана Заедничка Македонија



Примери што може да ги користите во дискусија.

## НАМЕРНИ НЕСООДВЕТНИ НАСЛОВИ (СЕНЗАЦИИ) КАДЕ НАСЛОВОТ Е МАНИПУЛАТИВЕН

Наслов на текстот	Целиот текст
ЕУ во паника што на европратеничка не ѝ бил дозволен влез во Русија	Целиот текст на следниов <a href="#">линк</a> .
ФОТО) Се истепаа обезбедувањето на Груевски и претседателот на ФФМ	Целиот текст на следниов <a href="#">линк</a> .
Десетици повредени во Скопје – Крв на патиштата и низ градските улици	Целиот текст на следниов <a href="#">линк</a> .
Љубовна драма во Гостивар: Тетовка грабната од поранешниот љубовник	Целиот текст на следниов <a href="#">линк</a> .
Вечерва земете лоровов лист и кажете го ова за да се збогатите	Целиот текст на следниов <a href="#">линк</a> .
Паника: Сите оние кои го купија овој производ мора да одат на лекар	Целиот текст на следниов <a href="#">линк</a> .
Хорор во Белград: Убиен Воислав Шешељ во Белград?!	Целиот текст на следниов <a href="#">линк</a> .
Врие полиција во Скопје, дел од улиците затворени – надлетуваат хеликоптери	Целиот текст на следниов <a href="#">линк</a> .

## Активност 9: Лажни и пропагандни вести

Теми	Медиумска писменост
Цели	Оваа активност има цел: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Да се оспособи да препознава намера (цел) на објавен текст;</li> <li>- Да открива намери на пропаганда, говор на омраза, дискредитација на одредена личност, институција.</li> </ul>
Големина на групата	Нерелевантно
Времетраење	Во зависност колку примери ќе бидат користени.
Материјал	Хартија или компјутер, моливи.
Упатства	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Поделете го работниот материјал и појаснете дека целта на оваа активност е да се поттикнат учесниците да ја откриваат вистинската (скриената) намера на авторот во напишаниот текст.</li> <li>- Дискусија на тема „Дали во некој текст може да се препознае скриената намера на авторот? Дали ставот на авторот треба да е присутен во секоја новинарска форма? Во кои новинарски форми е дозволено приказ на ставот на авторот? Каков јазик треба да користи авторот при искажување на својот став во новинарскиот напис?“</li> <li>- Чекорите на реализацијата на активноста се во зависност од целните групи (според возраст, степен на образование, професија).</li> </ul>
Дискусија и оценување	Предавачот треба да се концентрира на откривање на впечатокот на учесниците. Може да ги праша учесниците: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Дали ви беше интересна активноста?</li> <li>- Дали ова е добра воведна активност?</li> <li>- Колку ви е позната содржината на оваа активност?</li> <li>- Сретнавте (чувте) ли нови, за вас непознати термини во оваа активност?</li> <li>-Имате ли дополнителни прашања?</li> </ul>
Совети за модераторот	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Внимавајте на тонот, јазикот, настапот во реализацијата на активноста.</li> <li>- Кажете им на учесниците, без разлика на нивниот професионален статус, дека тие и не мора да имаат предзнаење за содржината на оваа активност. Токму затоа и има потреба од вакви видови неформална едукација.</li> </ul>

## Вежба 9 - Лажни и пропагандни вести

### ПРИМЕРИ

Новинарски текст (вест, колумна, коментар...)	Објективен приказ	Пропаганда/заземање страна
<p><b>Наслов:</b> Тања Милевска бара Македонија да го послуша ултиматумот од Грција</p> <p><b>Линк</b> до целиот текст.</p>		
<p><b>Наслов:</b> БРУТАЛНИ НАЦИФАШИСТИ: Погледнете како грчката полиција брутално тепа и се изживува со мигрантите!</p> <p><b>Линк</b> до целиот текст.</p>		
<p><b>Наслов:</b> ПОТРЕСНО СВЕДОШТВО: Поминав еден ден со бегалците! Тоа не се сироти бегалци, тоа се луѓе испратени да ја срушат Европа!</p> <p><b>Линк</b> до целиот текст.</p>		

## Активност 10: Критичко мислење: Практични вежби

Теми	<p>1. За лесно снаоѓање луѓето често се потпираат на ментални шеми (т.е. претстави) за околината. Тие помагаат за брза и општа, но истовремено груба и површна проценка за опкружувањето.</p> <p>2. Менталните шеми се темелат на оскудни информации од сите сетила со кои се прима светот (најчесто засновани на информации од сетилото за вид и слух), дополнети од сознанија од наши претходни искуства, очекувања и култура.</p> <p>3. Погрешните претстави ги засегаат мисловните процеси (внимание, помнење, одлучување) и влијаат за појава на когнитивни пристрасности, т.е. неволеви и несвесни грешки во критичкото мислење и расудување.</p>
Цели	<p>Оваа активност има цел да укаже на потеклото и механизмот на развој на (не)свесните грешки во критичкото мислење и расудување.</p> <p>Специфични цели:</p> <p>1. Да се покаже како менталните шеми за светот, засновани на претходни искуства и очекувања може да влијаат на нашите тековните перцепции и да ги искриват.</p> <p>2. Да се покаже дека врз база на брзата проценка се донесуваат избрзани заклучоци, кои можат да бидат делумно или целосно неточни. Тие понатаму влијаат на одлуки и активности што се темелат на ограничени информации.</p>
Големина на групата	Нерелевантно
Времетраење	30 минути
Материјал	Видео проектор, компјутер, хартија, моливи.
Упатства	<p>1. Вежби што укажуваат дека се потпираме на постојни ментални шеми (претстави) за светот.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Проценка на професија од слика</li> <li>- Проценка на карактер од слика (особено доверливост).</li> </ul> <p>2. Вежби што укажуваат како основата, аудио-визуелна перцепција е под влијание од нашето знаење, преку приказ на соодветни илузии.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- McGurk effect (изведен со помош на придружно видео <a href="https://www.youtube.com/watch?v=G-lN8vWm3m0">youtube.com/watch?v=G-lN8vWm3m0</a>) каде што од учесниците се бара повратен одговор за слогот што е изговорен од актерот во различни моменти.</li> <li>- Оптички илузии (прикажани низ фотографии) при што од учесниците се бара да дадат оценка за различни параметри (должина, оддалеченост на објекти и сл).</li> </ul>

	<p>3. Вежби што укажуваат како мисловните процеси се засегнати од брзата, груба проценка.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Вежба за насоченоста на вниманието (изведена преку придружно видео <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Ahg6qcg0ay4">youtube.com/watch?v=Ahg6qcg0ay4</a>.)</li> <li>- Вежба за детекција на когнитивни пристрасности и логички грешки, при што од учесниците на учесниците ќе им бидат претставени различни изјави и ќе се бара да ги детектираат и образложат нивните недоследности.</li> </ul>
Дискусија и оценување	<p>Поттикнете ги учесниците да наведат примери за грешки во критичкото мислење и расудување и избрзани заклучоци од нивниот секојдневен живот, особено поврзани со медиумите и носењето одлуки за општествени прашања.</p>
Совети за модераторот	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Во текот на активноста може да се прошират опфатените теми.</li> <li>- Дозволете им на учесниците прво да ги искажат своите впечатоци, внимавајте да не оставите впечаток на наметнување заклучоци од позиција на авторитет.</li> </ul>

## Прилог:

## Квиз за слободата на изразување

Овој квиз е осмислен како едукативен материјал како дополнување на изданието „Први чекори во разбирањето на слободата на изразување онлајн и офлајн - врз основа на постојната релевантна судска пракса од Европскиот суд за човековите права“. Изданието достапно на македонски јазик на <http://cases.internetfreedom.blog/FoE-mk.html>.

Квизот е наменет да биде креативна, а понекогаш и провокативна алатка, која ја користат едукаторите за да добијат одговори што ја вклучуваат јавноста во дискусија за тоа кои се основите на слободата на изразување и нејзината моментна заштита во формат на Европскиот суд за човековите права (ЕСЧП).

Слободно користете ги во хартиена форма или само копирајте ги и залепете ги во веб-форматот на прашалникот ако сакате да ги користите електронски. Имајте предвид дека за некои од прашањата има повеќе точни одговори.

Овој прашалник е лиценциран согласно [Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License](#). Слободно можете да го промените на кој било начин со цел да одговара на вашите потреби.



**1. Слободата на изразување е дефинирана со:**

- а) само со правото за објавување авторски дела во јавноста
- б) правото на пренесување информации, во сите облици и форми
- в) правото на другите да ги примаат
- г) само со правото на пристап до јавни документи

**2. Правото на слобода на изразување може да биде ограничено:**

- а) со одлука од пратеник
- б) доколку е штетно за другите и не му служи на јавниот интерес
- в) правото на слобода на изразување не е ограничено
- г) со остварување на други основни права

**3. Преку што треба да се воспостават границите на слободата на изразување?**

- а) Вообичаените практики
- б) Документите од јавната политика на компаниите
- в) Законот
- г) Техничките стандарди

**4. Во каква форма може да биде изразот?**

- а) Устен говор
- б) Театарска претстава
- в) Филм
- г) Објава на социјален медиум

**5. Слободата на изразување воспоставена со релевантната судска пракса на ЕСЧП ја штити:**

- а) суштината на идеите
- б) само новинарските дела
- в) формата во која се изразени идеите
- г) само авторските дела

**6. Слободата на изразување ги опфаќа следните видови комуникација:**

- а) политичка комуникација
- б) рекламирање
- в) деловна комуникација
- г) уметничка комуникација

**7. Ја имате најголемата слобода на изразување ако критикувате:**

- а) политичар
- б) приватно лице
- в) филмска ѕвезда
- г) бизнис

**8. Слободата на изразување е право за:**

- а) политичарите
- б) новинарите
- в) членови на академската заедница (научници, професори итн.)
- г) сите

**9. Кога некого нарекуваме „идиот“, тоа може да биде заштитен говор:**

- а) Не, не може да биде
- б) Не, освен ако другото лице претходно не се согласило на употребата на зборот
- в) Да, доколку не е личен напад и околностите на случајот го објаснуваат изразот
- г) Да, ако зборот се користи со наводници



**10. Како што е предвидено во став 2 од член 10 од ЕКЧП, остварувањето на слободата на изразување доаѓа со обврски и одговорности. Овие одговорности вклучуваат:**

- а) дејствување со добра намера
- б) обезбедување сигурни информации
- в) потврда на сите информации
- г) почитување на јавниот интерес

**11. Заштитен говор може да биде:**

- а) критикување на владата
- б) говор на омраза
- в) политичка дебата
- г) поттикнување насилство

**12. Кој може да биде во улога на јавен чувар?**

- а) Новинарите
- б) Блогерите и корисниците на социјалните медиуми
- в) Државните органи
- г) Невладините организации

**13. Критериумите што ги дефинираат одговорностите за онлајн-посредниците (како весник за коментарите на неговите статии) во однос на слободата на изразување се:**

- а) контекстот на коментарите
- б) последиците од домашните постапки за посредниците
- в) одговорноста на вистинските автори на коментарите како алтернатива за одговорноста на посредникот
- г) мерките што ги применува посредникот со цел да спречат или отстранат клеветнички коментари

**14. Пристапот до информациите од јавен интерес:**

- а) е посебно законодавство, кое нема никаква врска со слободата на изразување
- б) е дел од правото на пристап до информации, кое е пак дел од слободата на изразување
- в) е дел од неколку европски уставни
- г) е филозофски принцип без правни објаснувања

**15. Критериумите за проценка дали одбивањето пристап до државни информации го засега член 10 од Конвенцијата го вклучува следното:**

- а) целта на барањето за информации
- б) карактерот на информациите што се бараат
- в) карактерот на подносителот
- г) информациите што се бараат се подготвени и достапни

**16. Пристапот до јавните информации не важи за тајните служби.**

- а) Точно, бидејќи овие служби не поседуваат јавни информации.
- б) Точно, бидејќи овие служби се изземени од обврските наложени од ЕСЧП.
- в) Неточно, бидејќи овие служби може да поседуваат јавни информации.
- г) Неточно, бидејќи овие служби се особено вклучени во меѓународните акти за слобода на изразување.

**17. Блокирањето на веб-страница е мешање во слободата на изразување.**

- а) Точно, но само ако тоа не е одлучено од суд.
- б) Точно, ова влијае врз правото на прием и пренесување информации.
- в) Неточно, ова е само техничко прашање.
- г) Неточно, слободата на изразување не се однесува на пристап до веб-страници.

**18. Испитувањето на тоа кои права треба да имаат предност кога две основни права ќе дојдат во судир се нарекува:**

- а) конкуренција
- б) урамнотежување
- в) интервенција
- г) симетрични ситуации

**19. Клучните фактори што треба да се земат предвид при урамнотежување на слободата на изразување и правото на приватност се:**

- а) придонес за дебата од јавен интерес
- б) предметот на информацијата
- в) ставот на авторот
- г) содржината, формата и последиците од оваа публикација

**20. Во случај на судир помеѓу слободата на изразување и авторското право, ЕСЧП генерално:**

- а) овозможува широка маргина на уважување од националните власти во овие предмети
- б) го испитува секој предметот детаљно, бидејќи комерцијалниот говор е исто толку значаен колку и политичката дебата
- в) го разгледува предметот само доколку постојат кривични осуди
- г) ги отфрла сите предмети, бидејќи тие не може да претставуваат повреда на слободата на изразување

**21. Ограничувањата на слободата на изразување за цели на национална безбедност се:**

- а) задолжителни во сите случаи
- б) задолжителни само ако се вклучени во Уставот
- в) прифатливи само ако се докаже дека се нужни во демократското општество
- г) прифатливи само ако тоа е одлучено од службите за разузнавање

## Точни одговори:

1. б и в	8. г	15. а, б, в и г
2. б и г	9. в	16. в
3. в	10. а, б и г	17. б
4. а, б, в и г	11. а и в	18. б
5. а и в	12. а, б и г	19. а, б и г
6. а, б, в и г	13. а, б, в и г	20. а
7. а	14. б и в	21. в

## Библиографија

Paul, R., & Elder, L. (2006). The miniature guide to critical thinking: Concepts & tools. Dillon Beach, CA: Foundation for Critical Thinking. [www.criticalthinking.org](http://www.criticalthinking.org)

Paul, R., & Elder, L. (2006). Critical thinking competency standards. Dillon Beach, CA: Foundation for Critical Thinking.

Kahneman, D., & Frederick, S. (2002). Representativeness revisited: Attribute substitution in intuitive judgment. *Heuristics and biases: The psychology of intuitive judgment*, 49, 81.

Brady, W. J., Wills, J. A., Jost, J. T., Tucker, J. A., & Van Bavel, J. J. (2017). Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114(28), 7313-7318.

Bandura, A. (1999). Moral disengagement in the perpetration of inhumanities. *Personality and social psychology review*, 3(3), 193-209.

Crockett, M. J. (2017). Moral outrage in the digital age. *Nature Human Behaviour*, 1(11), 769

Report of the independent High level group on fake news and online disinformation. (2018). A multi dimensional approach to disinformation

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe report, DGI (2017), 9

Survey requested by the European Commission, Directorate-General for Communications Networks, Content & Technology and coordinated by the Directorate-General for Communication, (April, 2017). Fake news and disinformation online, Flash Eurobarometer 464

Edelman, R. (2018). 2018 Edelman Trust Barometer.

Marwick, A., & Lewis, R. (2017). Media manipulation and disinformation online. New York: Data & Society Research Institute.

The Media Literacy Index 2018. (2018). European Policies Initiative (EuPI) of the Open Society Institute – Sofia.

Silverman C., Lester Feder J., Cvetkovska S., Belford A. (2018). Macedonia's pro-Trump fake news industry had American links, and is under investigation for possible Russian ties. Buzz feed News.

Weir, William (2009). *History's Greatest Lies*. Beverly, Massachusetts: Fair Winds Press. pp. 28-41

Paul, R., & Elder, L. (2006). The miniature guide to critical thinking: Concepts & tools. Dillon Beach, CA: Foundation for Critical Thinking. [www.criticalthinking.org](http://www.criticalthinking.org)

Paul, R., & Elder, L. (2006). *The Thinker's Guide to Fallacies: The art of mental trickery and manipulation*. CA: Foundation for Critical Thinking. [www.criticalthinking.org](http://www.criticalthinking.org)

Сервис за проверка на факти од медиумите. <http://proverkanafakti.mk>

## Белешки

- 1 Paul, R., & Elder, L. (2006). The miniature guide to critical thinking: Concepts & tools. Dillon Beach, CA: Foundation for Critical Thinking. [www.criticalthinking.org](http://www.criticalthinking.org).
- 2 Paul, R., & Elder, L. (2006). Critical thinking competency standards. Dillon Beach, CA: Foundation for Critical Thinking.
- 3 Kahneman, D., & Frederick, S. (2002). Representativeness revisited: Attribute substitution in intuitive judgment. *Heuristics and biases: The psychology of intuitive judgment*, 49, 81.
- 4 Brady, W. J., Wills, J. A., Jost, J. T., Tucker, J. A., & Van Bavel, J. J. (2017). Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114(28), 7313-7318.
- 5 Bandura, A. (1999). Moral disengagement in the perpetration of inhumanities. *Personality and social psychology review*, 3(3), 193-209.
- 6 Crockett, M. J. (2017). Moral outrage in the digital age. *Nature Human Behaviour*, 1(11), 769.
- 7 <http://avmu.mk/>
- 8 [http://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/05/Programa\\_za\\_mediumska\\_pismenost-1.pdf](http://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/05/Programa_za_mediumska_pismenost-1.pdf)
- 9 [http://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/05/Istrazuvanje\\_na\\_mediumska\\_pismenost\\_kaj\\_vozrasnata\\_populacija.pdf](http://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/05/Istrazuvanje_na_mediumska_pismenost_kaj_vozrasnata_populacija.pdf)
- 10 [http://znm.org.mk/sovet\\_na\\_cest/](http://znm.org.mk/sovet_na_cest/)
- 11 <http://www.semm.mk/>
- 12 <http://proverkanafakti.mk/krvta-vo-naslovot-ja-nema-vo-tekstot-11/>
- 13 <http://proverkanafakti.mk/chuden-tekst-ushte-pochuden-naslov/>
- 14 <http://proverkanafakti.mk/losh-naslov-i-utnata-fotografija/>
- 15 <http://proverkanafakti.mk/recenzija-makedonski-devojki-se-prostituiraat-na-crnogorski-jahti/>
- 16 <http://proverkanafakti.mk/nakalemen-spinerski-naslov-na-tugja-storija/>
- 17 <http://proverkanafakti.mk/recenzija-analiza-pred-bank-rot-se-11-zemji-vo-svetot-naslov-prenesen-bez-popravki/>
- 18 <http://proverkanafakti.mk/predupreduvanje-voznemiruvachka-objava/>
- 19 <http://proverkanafakti.mk/red-etiketi-red-navredi-a-nikde-fakti-1/>
- 20 <http://proverkanafakti.mk/neimar-nema-da-odi-vo-zatvor/>
- 21 <http://dic.edu.mk/wp-content/uploads/2017/11/Pisaizvestaj2015.pdf>
- 22 [http://medium.edu.mk/attach/Mediumska\\_pismenost\\_komplet\\_FINAL.pdf](http://medium.edu.mk/attach/Mediumska_pismenost_komplet_FINAL.pdf)
- 23 <http://www.mon.gov.mk/index.php/2014-07-23-14-03-24/vesti-i-nastani/2549-2018-2044>
- 24 [http://www.mon.gov.mk/images/Strateski\\_plan\\_MON\\_-\\_2017-2019-za\\_na\\_website.pdf](http://www.mon.gov.mk/images/Strateski_plan_MON_-_2017-2019-za_na_website.pdf)

- 25 The United Nations Human Rights Council Resolution “The promotion, protection and enjoyment of human rights on the Internet” <http://bit.ly/RI6qcm>. Повеќе информации: Intellectual Property Watch. (05.07.2012). New UN Human Rights Council Resolution On Internet Rights <http://bit.ly/LWIS4a>.
- 26 Слободата на Интернет во Македонија во 2017. Метаморфозис. [http://metamorphosis.org.mk/izdanija\\_arhiva/slobodata-na-internet-vo-makedonija-izveshtaj-za-2017-godina/](http://metamorphosis.org.mk/izdanija_arhiva/slobodata-na-internet-vo-makedonija-izveshtaj-za-2017-godina/)
- 27 Бела книга: Приоритети и механизми за унапредување на соработката меѓу граѓанските организации и медиумите за ефикасна заштита на човековите права. <https://mim.org.mk/mk/9-novosti/469-belata-kniga-i-aktiv-mk-novi-alatki-za-sorabotka-megju-go-i-mediumite>.
- 28 Најчевска, М. (2013). Медиумите за пресудите на Европскиот суд за човекови права. Сервис за проверка на факти од медиумите. <http://proverkanafakti.mk/mediumite-za-presudite-na-evropskiot-sud-za-chovekovi-prava/>
- 29 <https://infogram.com/kontakti-za-prijavuvae-na-govor-na-omraza-1h7v4prw30ej2k0>
- 30 Report of the independent High level group on fake news and online disinformation. (2018). A multi dimensional approach to disinformation
- 31 Weir, William (2009). History's Greatest Lies. Beverly, Massachusetts: Fair Winds Press. pp. 28–41.
- 32 Survey requested by the European Commission, Directorate-General for Communications Networks, Content & Technology and coordinated by the Directorate-General for Communication. (April, 2017). Fake news and disinformation online, Flash Eurobarometer 464
- 33 Edelman, R. (2018). 2018 Edelman Trust Barometer.
- 34 The Media Literacy Index 2018. (2018). European Policies Initiative (EuPI) of the Open Society Institute - Sofia
- 35 Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe report, DGI (2017), 9
- 36 Silverman C., Lester Feder J., Cvetkovska S., Belford A. (2018). Macedonia's pro-Trump fake news industry had American links, and is under investigation for possible Russia ties. BuzzFeed News.
- 37 Marwick, A., & Lewis, R. (2017). Media manipulation and disinformation online. New York: Data & Society Research Institute.
- 38 Paul, R., & Elder, L. (2006). The miniature guide to critical thinking: Concepts & tools. Dillon Beach, CA: Foundation for Critical Thinking. [www.criticalthinking.org](http://www.criticalthinking.org).
- 39 Paul, R., & Elder, L. (2006). The Thinker's Guide to Fallacies: The art of mental trickery and manipulation. CA: Foundation for Critical Thinking. [www.criticalthinking.org](http://www.criticalthinking.org). Македонско издание <http://fosm.mk/mk/Home/Publication?newsID=687&catID=10>.
- 40 Сервис за проверка на факти од медиумите, спроведен од „Метаморфозис“ во рамките на Проектот на УСАИД за зајакнување на медиумите во Македонија (2012–2017). <http://proverkanafakti.mk>





