

DIALECT SET ALATA

**FUDBAL I
MEDIJSKA
PISMENOST**

PROTIV

**RASIZMA,
KSENOFOBIJE I
ISKLJUCENOSTI**



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union





0 SETU ALATA



Ovaj set alata podržava omladinske radnike dajući primere i informacije o tome kako podržati mlade u medijskom okruženju i kako povećati građanski angažman. Set alata nudi smernice za razvoj kontra i alternativnih narativa za borbu protiv govora mržnje i promovisanje digitalne otpornosti, posebno u onlajn okruženjima.

Priručnik predlaže skup onlajn i oflajn komunikacijskih i obrazovnih pristupa, kao i alate za podrivanje narativa koji podržavaju i legitimišu govor mržnje. Cilj mu je da ojača alate omladinskih radnika, edukatora i aktivista koji su već angažovani u radu i obrazovanju za ljudska prava ili su voljni da se angažuju.

Priručnik je namenjen neprofitnim organizacijama, školama, sportskim klubovima i lokalnim klubovima, koji žele da iskoriste veštine fudbala i medijske pismenosti kao kombinovano oruđe za borbu protiv rasizma, ksenofobije i isključenosti kroz obuku trenera i medijatora za medijsku digitalnu pismenost. Priručnik je zasnovan na čvrstom uverenju da je onlajn prostor javni prostor, te da se svi principi demokratskog društva mogu i treba primeniti onlajn. U ovom kontekstu, uloga mladih ljudi na mreži je izuzetno važna u borbi protiv govora mržnje, otkrivanju lažnih vesti, delujući kao aktivni digitalni građani. Štaviše, oni mogu biti branioci ljudskih prava na mreži.

U prvom delu objašnjavamo odnos između fudbala/sporta i obrazovanja o medijskoj pismenosti, nakon čega sledi uvod u medijsku pismenost kao II deo. Zatim pozivamo čitaoca da razmisli o ključnim teorijskim konceptima i terminima u vezi sa digitalnom i medijskom pismenošću. Deo IV uključuje detaljne opise aktivnosti za sve aktivnosti medijske pismenosti, podeljene u šest modula.

DEO 1

OBRAZOVANJE O FUDBALU I MEDIJSKOJ PISMENOSTI ZA BORBU PROTIV RASIZMA, KSENOFOBIE I ISKLJUČENOSTI



Povezivanje fudbala i medijske pismenosti na prvi pogled ne deluje intuitivno. Jedno se igra na terenu, drugo se pušta u novinama, na televiziji i na internetu. Međutim, oba su komplementarna. Veštine medijske pismenosti ključne su za mlade ljude u svetu gde su informacije dostupnije nego što su ikada bile. Informacije su postale sve pristupačnije, preko blogova, društvenih medija i foruma svako može da pravi svoje vesti, deli svoje mišljenje i tvrdi svoje istine. Zato je ključno da mladi ljudi shvate koje su informacije istinite, relevantne i važne za njih. Učenje o informacijama i medijima dolazi sa samorefleksijom, razmišljanjem o grupnom ponašanju i društvu u celini. Fudbal3 pruža prostore za razmišljanje, dijalog i razmenu. To navodi mlade ljude, do kojih je teško doći, da žele da se upuste u razgovore i podele svoje mišljenje. Fudbal3 je stoga pogodno sredstvo za olakšavanje diskusija i koristiće se ovde da bi se govorilo, učilo i razmišljalo o upotrebi medija kako bi se mogao identifikovati govor mržnje i rasističke narative. Fudbal3 je takođe pogodan alat za druženje igrača, npr. razvijanje njihove kulturološke osetljivosti koja je neophodna i u vezi sa veštinama medijske pismenosti.

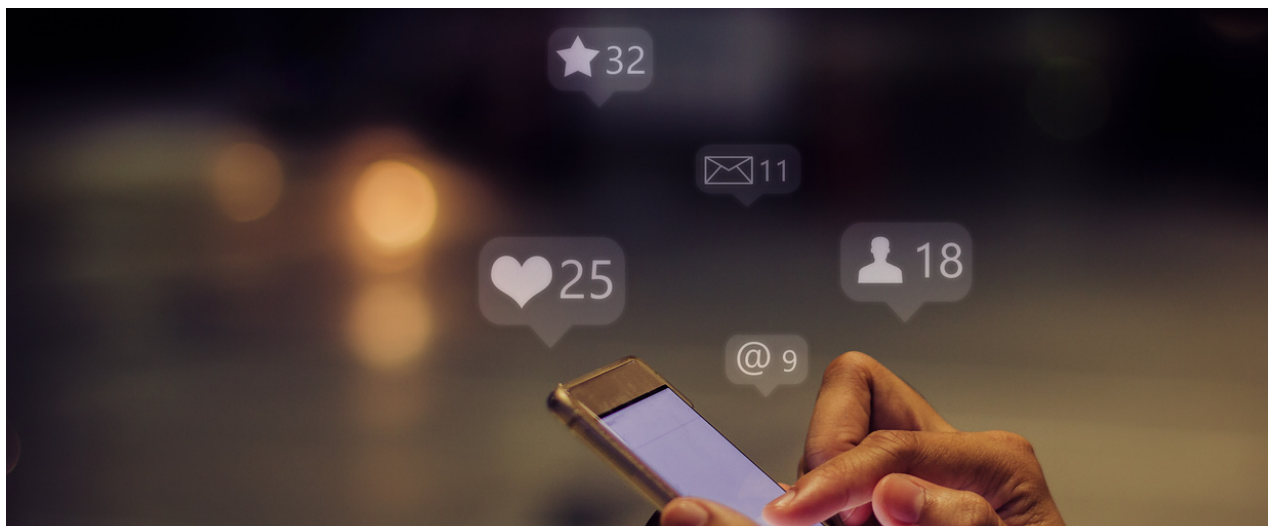
Neosporno je da je sport važan deo kultura i društava širom sveta, sa ljudima svih uzrasta koji se povezuju jedni sa drugima kroz sport. Takođe se kaže da je sport mikrokosmos društva, koji odražava kulturne i društvene vrednosti date zajednice. mnoge iste vrednosti i stavove koji postoje u našem društvu. Sport takođe može biti odraz društva u smislu reprezentacije, kao što je predstavljanje različitih rasa, pola i seksualne orijentacije. Oni koji učestvuju na terenu dolaze iz različite sredine, imaju različite poglede i vrednosti. Štaviše, kao što je Sam Dankan rekao: „Bez obzira na nečije zanimanje, bogatstvo, religiju ili rasu, sport se često smatra 'velikim ekvilizatorom' i široka crkva kojoj se svi mogu pridružiti. Ali sport takođe odražava tenzije, sukobe, pa čak i nejednakosti društva, uglavnom zato što ga čine građani društva.”

Uticaj novih medija na sport je nesumnjivo jasan. Digitalni i društveni mediji nisu samo zauvek promenili pejzaž sportskih medija tako što su obezbedili više prostora za debate i diskusije I već i tako što su obezbedili fanovima da izraze i podele svoja mišljenja. Digitalni pejzaž takođe omogućava sportistima i sportskim profesionalcima da budu odgovorniji za svoje javne komentare i način na koji izražavaju svoja mišljenja i verovanja. Jedan od istaknutih primera je Voula Papachristou, troškakaš, koji je isključen sa Olimpijskih igara zbog objavljivanja rasističkog tvita. Fudbaler Vilfrid Zaha otkrio je da je bio primoran da prijavi 50 naloga na društvenim mrežama nakon što je bio rasno zlostavljan. Još tragičnije je to što je 12-godišnjak uhapšen u vezi sa rasističkim porukama koje je dobijao. Zato je ključno da se mladi obuče za digitalnu i medijsku pismenost. Učenje o medijima dolazi sa samorefleksijom, razmišljanjem o grupnom ponašanju i društvu u celini.

U sledećem kratkom uvodu u medijsku pismenost, učesnici će razmišljati o značenju pismenosti, medijske pismenosti i digitalne medijske pismenosti i o tome kako su ove veštine zastupljene u njihovim zajednicama. Pismenost svih vrsta znači posedovanje specifičnih veština (na primer, sposobnost čitanja ili korišćenja mobilnog telefona), ali i sposobnost razumevanja, razmišljanja i korišćenja informacija stečenih kroz ove veštine. Pismenost svih vrsta donosi pojedincu nivo nezavisnosti i moći. Ovim osnovnim temama ćemo se vraćati kroz nastavni plan i program.

DEO 2

MEDIJSKA PISMENOST – ŠTA JE TO?



Medijske veštine su građanske veštine savremenog društva. Primeri medijskih veština uključuju medijsku produkciju, interpretaciju medijskog sadržaja, veštine korišćenja medijske opreme, veštine pronalaženja informacija, kritičko razmišljanje, veštine komunikacije i interakcije posredovane medijima, društvenu i političku inkluziju i uticaj putem medija, i korišćenje medija za podršku upravljanja životom i blagostanjem.

Medijske veštine podržavaju individualnu autonomiju: kritičko i kreativno mišljenje, estetski ukus i inkluziju. Medijske veštine nisu samo veštine pojedinca, već imaju i društvenu i širu društvenu dimenziju: jake medijske veštine članova društva takođe se mogu posmatrati kao faktor jačanja demokratije.

Medijske veštine/medijska pismenost podrazumevaju sadržaje i radnje koje su dizajnirane da nauče kako da se kritički razmišlja o medijima, kako su mediji konstruisani i kako da se razlikuju izvori informacija.

Kada je u pitanju potreba za medijskim veštinama sada i u budućnosti, važno je obratiti pažnju posebno na medije kao inkluzivni prostor. Ne radi se o integraciji ili povezivanju nekoga sa grupom drugih – radi se o mogućnosti kreiranja i deljenja sadržaja inkluzivno i korišćenja medija bez iznošenja pretpostavki, na primer, nečijeg kulturnog porekla ili pola.

Kada se medijska pismenost tradicionalno koncentriše na pitanja poput uočavanja grešaka i suočavanja sa lažnim informacijama, u budućnosti bi akcije mogle biti sve više koncentrisane na stvari kao što su stvaranje sigurnih prostora i briga o jednakosti i raznolikosti u medijskom okruženju. Sve se radi zbog kulturne osetljivosti.

Jednakost i pristupačnost povećavaju moć demokratije i bore se za slobodu govora. Ako postoji prostor za različitost i mogućnost da se govori u medijskim prostorima bez straha da ćemo biti povređeni, mi smo stvorili bezbedne i sigurne prostore za sve nas da se izrazimo i da se osnažimo u sopstvenim životima. Pristup medijima i relevantne medijske veštine moraju biti uslužni i dostupni svima.

Svi smo mi članovi i učesnici u medijima stvarajući i primajući različite vrste sadržaja. Stoga, svi moramo biti opremljeni veštinama medijske pismenosti koje su nam potrebne da reagujemo sa poštovanjem, da ostanemo bezbedni i da možemo da radimo u miru. U centru pažnje medijske pismenosti su prakse i okruženje koje omogućavaju ljudima da budu uključeni.

Važno je zapamtiti važnost predstavljanja: različiti primeri i govornici (Narsakka & Kiuru, 2021). Težite pozitivnoj zastupljenosti i podržite manjine ili one koji se osećaju nesigurno. Interakcija brige i stvaranje povezanosti podržavaju i grupu mladih u riziku (Pienimäki & Kotilainen, 2019).

Važno je videti vrednost sigurnih prostora u kojima su akcije zasnovane na kulturnoj osetljivosti. Kulturno osetljivo medijsko obrazovanje poklanja pažnju bezbednosti u medijskom okruženju i poštovanju među ostalim korisnicima. Proširivanje ovog prozora medijskih veština daje mogućnost novim građanskim angažovanjima da ustanu – sada ili kasnije u budućnosti.

Izvori informacija:

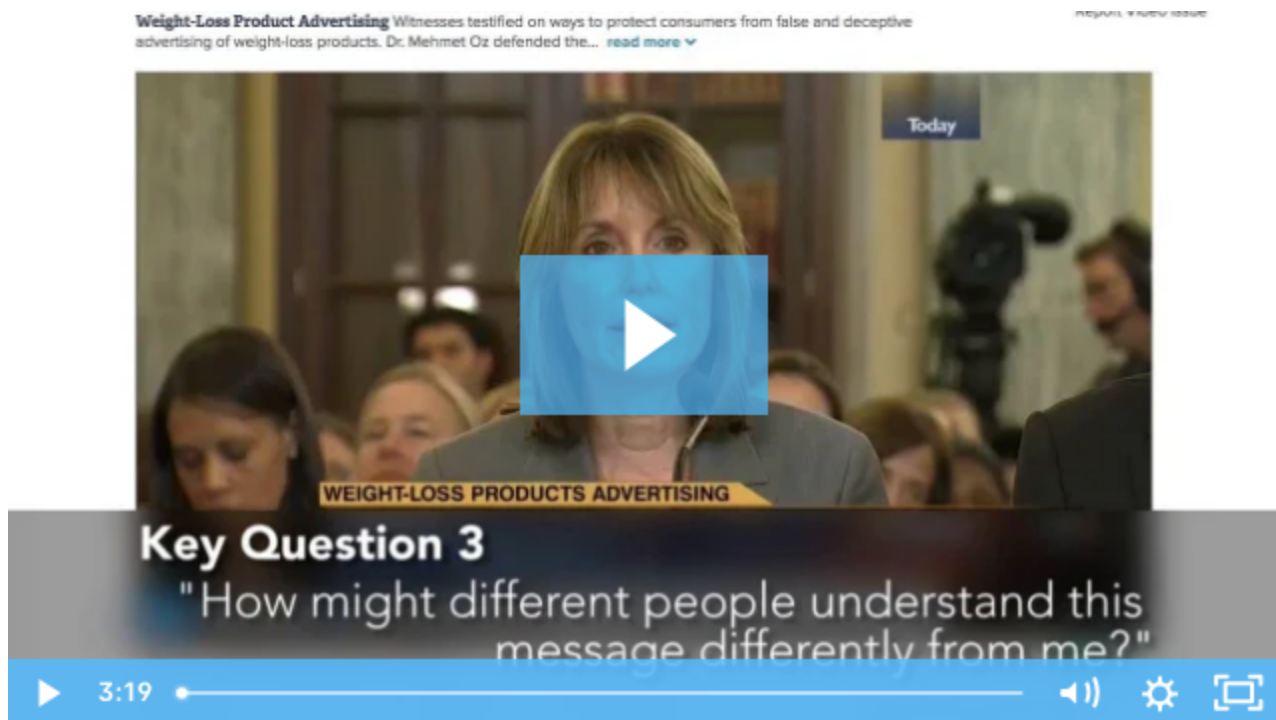
Finnish Society on Media Education: A Brief Introduction in English.
<https://mediakasvatus.fi/in-english/>

Narsakka, Juho & Kiuru, Inka (2021). Culturally Sensitive Media Education & Towards Safer Space: Finnish Society on Media Education (Narsakka) & Pakolaistuorten tuki (Kiuru). Finnish Society on Media Education. <https://mediakasvatus.fi/culturally-sensitive-media-education-towards-a-safer-space/>

Pienimäki, Mari & Kotilainen, Sirkku (2019). Media Education for the Inclusion of Vulnerable Youth. In: Hoechsmann, M.; Carr, P. R. & Thésée, G. (eds.) Education for Democracy 2.0: Global Voices for Critical Media Literacy. Sense Publishers. https://www.mediaalantutkimussaatio.fi/wp-content/uploads/Matkaraportti_Pienimaki_Mari_esitysdiat_28082019.pdf

DEO 3

MODUL I: LAŽNE VESTI I DEZINFORMACIJE



Dezinformacija je lažna ili obmanjujuća informacija koja se širi sa namerom da se nanese šteta. Razlikuje se od „misinformacija“, što znači nenamerno širenje lažnih informacija. S druge strane, malinformacije podrazumevaju deljenje (možda istinitih, ali privatnih ili ranjivih) informacija ciljanjem na nekoga i pokušajem da se on/ona povrede širenjem činjenica sa štetnom namerom.

Dezinformacije: Namerno manipulisani i deljeni sadržaji ili poruke, uključujući teorije zavere, lažne statistike, neistine ili glasine. Ove lažne informacije su namerno kreirane da nanese štetu osobi, društvenoj grupi, društvu ili državi.

Misinformacija: Nenamerno ili slučajno deljene informacije kao što su netačni natpisi, datumi, brojevi ili kada se satirični sadržaj tumači pogrešno ili u pogrešnom kontekstu. Iako je informacija lažna, nije namerno kreirana u štetnu svrhu.

Malinformacije: Ranjive ili privatne informacije koje se dele sa namerom da se nekome naudi. Malinformacije zapravo nisu lažne informacije – već se koriste i šire da bi naudile drugima. Može se koristiti posebno pred izbore ili neki drugi javni događaj kada se pokušava uticati na stavove i ponašanje ljudi.

Počeli smo da slušamo o „lažnim vestima“ u Sjedinjenim Državama još oko izbora 2016.

U početku su se „lažne vesti“ odnosile na namerno lažne ili obmanjujuće vesti kreirane za političku korist. Ali ubrzo su neki političari koristili ovaj termin da upućuju na svaku novinsku priču koja se ne slaže sa njihovim stavovima.

Dakle, imali smo problem. Kako možete biti sigurni da se neko, kada kaže „lažne vesti“, zapravo poziva da obmanjujuću vest, a nema nameru da vas obmane?

Fraza „lažne vesti“ postala je toliko subjektivna i politizovana da više nije koristan termin. To može značiti mnogo različitih stvari različitim ljudima.

Kada govorimo o proceni izvora, važno je definisati pojmove sa mladima. Odličan način da započnete proces je da uskladite svoju terminologiju.

Evo kako da počnete:

- Definirajte i razgovarajte o razlici između „misinformacija“, dezinformacije, propagande i satire (Ovaj pojmovnik ima definicije prilagođene studentima)
- Odlučite kako da se pozabavite ispolitizovanim terminima. „Lažne vesti“ su dobar početak. Na primer, mogli biste reći: Umesto da koristimo izraz „lažne vesti“, koristićemo (tačan termin).
- Razgovarajte o motivaciji. Šta je označeno kao „lažno“ i zašto? Ko vrši etiketiranje? Kada?

Iako su termini koje koristimo važni, takođe se lako mogu izgubiti u terminologiji. Evo kratkog rezimea o različitim terminima koje možete pogledati



Utvrđili smo da se “misinformacije”, dezinformacije, propaganda, obmane, čak i satira, pojavljuju u više vrsta medija. Samo sledeća infografika prikazuje deset različitih vrsta obmanjujućih informacija.



Ali umesto da budemo preplavljeni razlikama u terminologiji i medijskim formatima, hajde da se usredsredimo na jednu stvar koja im je zajednička: Nepouzdanost. Dakle, šta je uopšte pouzdan izvor?

Pouzdan izvor je izvor koji je tačan

Da li su informacije tačne? Da li pruža neophodnu količinu konteksta? Možete li proveriti informacije preko drugih pouzdanih izvora?

Pouzdan izvor je izvor koji je pravičan

Da li izvor predstavlja različite tačke gledišta na tu temu? Ako neko bude kritikovan, da li mu se daje šansa da odgovori? Da li izvor koristi reči i fraze koje su učitanе na jednoj strani debate ili su neutralnije?

Pouzdan izvor je izvor koji je nezavisan

Da li na odluke o izveštavanju utiču finansijeri izvora? Da li izvor nastoji da izbegne i prizna sukob interesa? Da li izgleda da izvor podržava određenu političku ili finansijsku agendu van svoje misije izveštavanja?

Pouzdan izvor je izvor koji je odgovoran

Da li izvor javno ispravlja greške u izveštavanju? Da li izvor otkriva svoje izvore finansiranja i moguće sukobe interesa? Da li je izvor otvoren o tome kako prikuplja informacije?

ODNOS MEDIJSKOG OBRAZOVANJA I GRAĐANSKOG ANGAŽMANA



Ovaj odeljak istražuje složen odnos između medijskog obrazovanja i građanskog angažovanja. Onlajn mediji su promenili pejzaž političke socijalizacije, i, sve više, na političku i građansku uključenost utiču mediji (posebno društveni mediji).

Dok lažne vesti, dezinformacije i govor mržnje imaju značajan negativan uticaj na građanski angažman, medijsko obrazovanje može ublažiti ove probleme i povećati angažovanje. Čitalac će se upoznati sa različitim perspektivama u vezi sa odnosom medijskog obrazovanja i građanskog angažmana, a takođe će steći veštine u vezi sa identifikacijom i suzbijanjem lažnih vesti, dezinformacija i govora mržnje.

- a. **Kako medijsko obrazovanje utiče na građanski angažman?**
- b. **Kako dezinformacije i lažne vesti utiču na antidemokratske prakse?**
- c. **Kako su medijske kritičke veštine povezane sa građanskim angažovanjem?**

a. Kako medijsko obrazovanje utiče na građanski angažman?

Građanski angažman je važan u demokratiji, jer predstavlja doprinos prosečnog građanina funkcionisanju političkog sistema. Zdravlje demokratije je loše ako su ljudi apatični i osećaju da ne mogu da utiču na sistem u kojem žive. Demokratije zavise od toga da ljudi glasaju, protestuju, volontiraju ili podržavaju različite ideje koje mogu uticati na politički dnevni red.

Ljudi su tradicionalno postali angažovani u politici i društvu kroz različite procese socijalizacije, u kojima uče i navikavaju se na sve alate koji se mogu koristiti da bi učestvovali. Porodica, vršnjačke grupe, škola, mesto rada ili crkva smatrani su tradicionalnim arenama socijalizacije. U skorije vreme, mediji su postali važna arena u kojoj se ljudi mogu socijalizovati i preko koje se mogu uključiti u hitne društvene, ekonomska i politička pitanja. Kao što Bakingem (2003, str. 5, u Mihailidis 2009, 20) tvrdi: „postati aktivan učesnik u javnom životu nužno podrazumeva korišćenje savremenih medija. Mediji su, kako se često tvrdi, sada zauzeli mesto porodice, crkve i škole kao najvećeg socijalizacionog uticaja u savremenom društvu”. Shodno tome, društveni mediji mogu biti glavni pokretač građanskog angažmana, bilo da se radi o mestu gde se mobilizacija odvija (na primer, kada se protest organizuje preko fb-a i mnogi zainteresovani saznaju za njega zbog lakog pristupa), ili mesto gde su formulisane perspektive koje dopiru do velikog broja ljudi, koji, zauzvrat, mogu da utiču na političke odluke.

b. Kako dezinformacije i lažne vesti utiču na antidemokratske prakse?

U poslednje vreme, mediji se često povezuju sa lažnim vestima i govorom mržnje; Argument je da su mediji (a posebno društveni mediji) mesto gde se dešavaju dezinformacije, mržnja i širenje lažnih vesti. Iako se takvi fenomeni dešavaju, neki autori upozoravaju da se na medije ne gleda kao na nešto što izaziva samo negativne efekte na populaciju (tzv. pristup „efekta”) (Mihailidis 2009). U stvari, medijsko obrazovanje ne bi trebalo da se odnosi samo na suzbijanje negativnih efekata medija, već pre o medijima kao jednom velikom delu društvenog života i društva (Mihailidis 2009). Shodno tome, medijsko obrazovanje treba da se fokusira na kritičko razmišljanje, a ne na negativno mišljenje, što znači da mediji mogu proizvesti pozitivan efekat u odnosu na građanski angažman, a ne samo da se smatraju pretnjom demokratiji.

Analiza na uzorku od 239 studenata, u eksperimentalnom okruženju, na Univerzitetu Merilend, pokazala je da su studenti koji su upisani na kurseve medijske pismenosti bili sposobniji da shvate, procene i analiziraju medijske informacije, dok su takođe imali više negativnih stavova o medijima.

„ME (medijsko obrazovanje) je strukturisano u: obrazovanje sa medijima, koje se smatra alatima koji se koriste u opštim obrazovnim procesima; obrazovanje medijima, upućivanje na kritičko razumevanje medija koji su zamišljeni kao alati, ali i kao jezik i kultura; obrazovanje za medije, usmereno na obrazovanje i obuku specijalista.” (Fornasari 2020, 191).

Onlajn mediji se po mnogo čemu razlikuju od tradicionalnih medija, ali, verovatno, najvažnija je činjenica da je razlika između kreatora medija i potrošača medija zamagljena, jer su sada svi u najmanju ruku kokreatori medijskih poruka: „veb može posmatrati kao prostor i alat za konstruisanje i razmenu značenja, posebno za mlađe ljude, koji su od detinjstva odrasli u kontaktu sa vebom i digitalnim svetom.[...] Danas čitalac nije samo čitalac, već i autor, proizvođač kulturnih formi koje se socijalizuju kroz izdavaštvo.” (Fornasari 2020, 190-192).

Još 2001. Prenski je skovao razliku između digitalnih domorodaca i digitalnih imigranata; dok su prve mlade generacije koje su se vrlo rano socijalizovale u onlajn/tehnološkom miljeu, druge su one koje su se obrazovale pre pojave onlajn medija i koje pribegavaju tome, a da nisu prethodno bile socijalizovane u njima. On sugerše da je gejmfikacija put kojim treba ići kada se razmišlja o obrazovnim reformama: digitalni domoroci imaju različite načine ili obradu informacija, a obrazovni sistem treba da se prilagodi njihovim snagama i potrebama.

Kao takav, postoji složen odnos između medija (i medijskog obrazovanja) i građanskog angažmana. Ovaj odnos može imati jedan od mnogih oblika:

- Ljudi koji su aktivni na kanalima društvenih medija mogu doprineti mobilizaciji svojih vršnjaka u smislu građanskog angažovanja; mnogi protesti ili dobrotvorni ciljevi su efikasno promovisani putem društvenih medija; jedan potencijalni nedostatak ovde je činjenica da društveni mediji mogu biti podjednako efikasni u mobilisanju ljudi da učestvuju i u podršci nedemokratskim ciljevima (na primer, ideje krajnje desnice takođe mogu da se propagiraju putem društvenih medija, ili čak i mizoginističke poruke mogu pronaći široku publiku na ovaj način)
- Ljudi koji su bolje informisani iz perspektive medijskog obrazovanja umeju da razlikuju lažne i prave vesti, dajući na taj način svoj doprinos informisanoj diskusiji o bilo kom spornom pitanju koje može da podeli društvo u određenom trenutku
- Medijsko obrazovanje takođe nudi korisnicima društvenih medija informacije i veštine potrebne da postanu građanski angažovani, pa čak i da igraju ulogu influensera

c. Kako su medijske kritičke veštine povezane sa građanskim angažovanjem?

Dezinformacije i lažne vesti su štetne za demokratska društva. Dezinformisana javnost neće imati pravo razumevanje stvari koje se dešavaju oko nje, što onda daje priliku populističkim ili antidemokratskim snagama da mobilišu podršku. Na primer, glasine o nestašici goriva na početku rata u Ukrajini izazvale su masovnu histeriju u nekoliko zemalja, koje su potom izvršile nepotreban pritisak na vlade koje se već bore protiv međunarodne krize. Lažne vesti o navodnom agresivnom ponašanju izbeglica u nekoliko evropskih zemalja, ili očigledne laži o tome da su seksualne manjine pedofili, takođe su doprinele mržnji prema manjinama u mnogim zemljama, iako su predstavljene informacije bile 100% lažne (za više informacija o ovoj temi, pristupite ovom linku). Štaviše, u kontekstu nedavnog rata u Ukrajini, lažne vesti su popularna strategija koju ruska vlada koristi da dezinformiše ljude u drugim zemljama (i u Rusiji): bombardovanje javnosti velikom količinom laži u vezi sa ciljevima ruske invazije na Ukrajinu (kao što je denacifikacija zemlje) stvorila je izvesnu podršku Rusiji, iako nije bilo istine u porukama koje je Kremlj prenosio.

Štetna uloga koju dezinformacije i lažne vesti mogu da igraju u kontekstu demokratskih društava povezana je sa načinom na koji se shvata sama demokratija, kao i sa čvrstoćom demokratskog sistema. Na primer, prethodni primeri pogrešnog prikazivanja seksualnih manjina kao pedofila bili su uspešan put za dezinformacije u Rumuniji, gde je razumevanje i informisanje o seksualnim manjinama ograničeno, a takav diskurs ne bi dobio sličnu privlačnost u nordijskim zemljama, Španiji ili Ujedinjenog Kraljevstva, gde društvo ima mnogo jasnije razumevanje teme.

Angažovanje u društvu i politici podrazumeva da postanete aktivni bilo onlajn ili oflajn, kako bi se ili predložilo nešto novo na političkom dnevnom redu, ili ispravilo nešto što se smatra pogrešnim. Ipak, lažne vesti i dezinformacije mogu stvoriti komunikacioni kontekst koji promoviše ideje koje stvaraju podele, ili čak mržnju prema određenim grupama. Na primer, predstavljanje LGBTQ+ zajednice kao pretnje tradicionalnim vrednostima, bezbednosti dece, nacionalnoj kulturi ili čak bezbednosti države (pogledajte ovaj dokument Evropskog parlamenta za više informacija) može da izazove različite vrste angažovanja koje mogu dovesti do negativnih ishoda (kao što su maltretiranje ili diskriminacija).

Građanski angažman podrazumeva privrženost određenim političkim vrednostima i principima. Kada se te (liberalne) vrednosti odvoje od uobičajenih shvatanja demokratije, građanski angažman može izgledati kao pravi građanski angažman, ali, u stvari, nije, jer odstupa od suštinskih demokratskih vrednosti i principa.

STUDIJE SLUČAJA

Hajde da pogledamo dve studije slučaja u kojima su ljudi i kompanije bili na meti dezinformacija i lažnih vesti u oblasti sporta.

Fox je odbio da emituje utakmice NFL-a zbog protesta



U objavi lažnih vesti se tvrdilo da će Fox Sports prestati da emituje utakmice NFL-a sve dok igrači nastave da kleče tokom izođenja "Barjaka iskićenog zvezdama", što je očigledno bilo lažno ako ste tokom vikenda gledali fudbal na mreži.

Naslov objavljene priče Sept. 24, 2017. na TheLastLineOfDefense.org read, Udar na vest: Fox Sports otkazuje sva NFL emitovanja 'sve dok igrači ne poštuju zastavu'. Korisnici Fejsbuka su označili objavu kao potencijalno izmišljenu, kao deo napora društvene mreže da se bori protiv lažnih vesti. U postu se navodi da je predsednik Donald Tramp na Tviteru zahtevao da igrači NFL-a „prestanu da ne poštuju našu zastavu i zemlju“ klečeći tokom nacionalne himne u znak protesta protiv rasizma u Americi. Tramp je rekao da igrače treba otpustiti ako odbiju da stanu.

Izvor:

Gillin, Joshua. "Fox still broadcast NFL games after protests, despite fake news claims".

Politifact The Poynter Institute. <

<https://www.politifact.com/factchecks/2017/sep/25/thelastlineofdefenseorg/fox-still-broadcast-nfl-games-after-protests-despi/>>. Web. 15 Feb.2023

Dodatna literatura:

TheLastLineOfDefense.org, "BREAKING: Fox Sports Cancels ALL NFL Broadcasts 'Until Players Respect The Flag'," Sept. 24, 2017

Sports Illustrated, "NFL, networks win in extended rights deal," Dec. 15, 2011

PolitiFact, "If you're fooled by fake news, this man probably wrote it," May 31, 2017

Donald Trump, tweet, Sept. 24, 2017

Associated Press, "The Latest: More than 200 NFL players don't stand for anthem," Sept. 24, 2017

YouTube, "Pete Hegseth: America is the 'least racist' country 'in the history of human kind'," Sept. 24, 2017

Lažne vesti i fudbalska tragedija – prvo profit, kasnije provera činjenica



Slika: AtilaTheHun from Manchester, England - Flickr

Počeli su da kruže mediji da je Kristijano Ronaldo donirao 3 miliona evra pomoći nakon tragične avionske nesreće u kojoj je poginuo skoro ceo tim brazilskog Šapekoensea. U roku od nekoliko sati, ova priča se proširila poput požara dok su je nalog za nalogom na društvenim medijima objavljivao kao izjavu o činjenicama, bez sumnje preplavljujući naknadne retvitove i deljenja. Problem je što Ronaldo nije rekao ništa slično i ne postoje legitimni izvori za to što bi bio neverovatan gest.

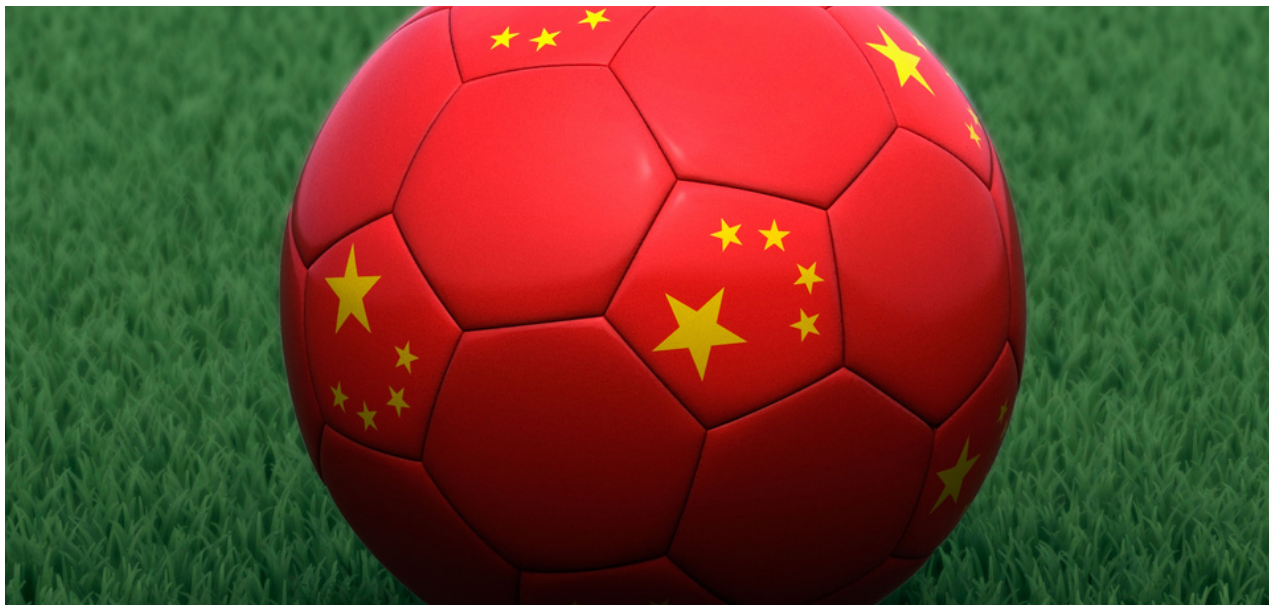
Izvor:

Sherwin, Neil. "Fake news and football tragedy – profit first, fact check later." Back Page Football. <<http:// backpagefootball.com/fake-news-football-tragedies-profit-first-fact-check-late/112688/>> Web. 15 Feb. 2023.

Misinformacije koje su cirkulisale vezano za Wu Lejev slučaj korone virusa

Slučaj koronavirusa kineskog fudbalera Vu Leija jedan je od primera koji ilustruju kako su profesionalni sportisti koje prate i modeliraju milioni ljudi bili predmet dezinformacija koje se dele u svim medijima.

Dana 20. marta 2020., španski tim La Lige, RCD Espanjol, potvrdio je da je šest članova tima (jedan trener i pet igrača) bilo pozitivno na COVID-19, uključujući i kineskog napadača Vu Leija. Vest je odjednom postala jedna od udarnih tema na Veibo-u, poznatom i kao kineska verzija Tvitera, a bilo je više od 365.000 komentara na priču (Tang, 2020).



Dana 24. marta, Red Star News, kineska aplikacija za digitalne vesti, izvestila je da se Vu oporavio od COVID-19 i da je rezultat ponovnog testiranja bio negativan (Hu, 2020). Novinar je napomenuo da je izvor vesti došao od iskusnog španskog sportskog novinara Tomasa Guaša. Međutim, Vuov tim je brzo demantovao tu vest na društvenim mrežama. Slučaj Vu Leija je dobar primer koji pokazuje kako je nedostatak provere činjenica omogućio da se dezinformacije široko šire u raznim novinskim izveštajima. Objavljena vest o dijagnozi Vu Leija COVID-19 zasnovana je na jednom novinarskom izvještaju, a izvor koji je koristila nije bio izvor iz prve ruke od Vu Leija ili njegovog tima; umesto toga, izvor je bio izvor iz druge ruke od drugog novinara. Bez drugog izvora za proveru činjenica, priča je izazvala širenje dezinformacija i konfuzije.

Izvor:

Li, Bo, and Olan Scott. "Fake News Travels Fast: Exploring Misinformation Circulated Around Wu Lei's Coronavirus Case". *International Journal of Sport Communication* 13.3 (2020): 505-513. < <https://doi.org/10.1123/ijsc.2020-0056>>. Web. 15 Feb. 2023.

Dodatna literatura:

Hu, M. (2020, March 25). Exclusive news: Wu Lei will train at home after the test result turns negative, and he has not been informed the time for training and competition. Red Star News. Retrieved from <https://new.qq.com/omn/20200325/20200325A0QNEW00>
Tang, H. (2020, March 31). "武磊确诊"登上微博热搜第一，球迷在武磊微博下留言祝福平安 ["Wu Lei diagnosed" ranked No. 1 trending topic on Weibo, fans left messages on Wu Lei's Weibo and wish him safe]. 上游新闻 [Shangyou News]. Retrieved from https://www.cqcb.com/sports/2020-03-21/2274527_pc.html



Proizvesti lažne vesti

1

IU ovom koraku birate temu lažnih vesti koju želite da napravite (naučne, političke, itd.).

2

Kada odaberete temu, morate pronaći vesti i argumente da iskrivite tu vest. Na primer, možete pronaći članke o njihovoj temi i izvući određene izjave iz konteksta, izvrnuti ih itd.

3

Da biste proizveli lažnu vest, možete pratiti tipičan obrazac lažnih vesti:

- Priča mora biti iznenađujuća i/ili šokantna.
- Znajte na koga želite da ciljate, čiju pažnju želite da privučete.
- Kada su u pitanju vizuelni aspekti, možete jednostavno da napišete članak u Microsoft Word-u ili da koristite generator lažnih vesti da bi članak izgledao „prijateljski za medije” Evo nekoliko linkova:
<https://breakyourownnews.com/>, <https://www.thefakenewsgenerator.com/>,
<https://www.worldgreynews.com/add-news>

4

Predstavite i procenite: Svaka grupa naizmenično predstavlja svoju lažnu vest ili delove. Ostali učesnici daju svoje mišljenje.



Refleksija:

· Zašto je kredibilitet važan? Kako mogu da procenim kredibilitet građanskih informacija na mreži?

Kako mogu da razmišljam o svojim pristrasnostima kada istražujem građanska pitanja?

Kako da razumem i analiziram vizuelne oblike građanskih informacija na mreži?

Kako da istražim temu i predstavim ono što sam naučio?



Dodatna literatura:

- The Conversation, The Term 'Fake News' Is Doing Great Harm
- Mind Over Media, Analyzing Contemporary Propaganda
- Intelligencer, With Social Media Disinformation, What — and Who — Should We Be Afraid Of?
- American Psychological Association, Controlling the Spread of (Covid) Misinformation
- Data & Society, Why influence matters in the spread of misinformation

<https://mashable.com/article/conspiracy-theory-debunkers-tiktok-misinformation>

MODUL II: VIZUELNI UTICAJ

Ovo poglavlje se fokusira na vizuelni uticaj i različite načine učešća u javnom razgovoru korišćenjem vizuelnih elemenata kao što su mimovi, fotografije i slike. Ovo poglavlje predstavlja načine za igru i zabavu uz vizuelni sadržaj u različitim društvenim i tekstualnim okruženjima.



Vizuelne informacije, poput fotografija, video snimaka, gifova i svih vrsta vizuelno primamljivog materijala, veoma su efikasan način za slanje poruka i uticaja na ponašanje, verovanja i stavove ljudi. Mimovi i emotikoni su društveni fenomen širom sveta, koji svoju moć ljudskog interesovanja uzima za vizuelne poslastice kao što su boje, veliki fontovi, pokretni objekti i slike. Takođe je važno razumeti mehanizme širenja poruka: što više lajkova slika dobije (ili više klikova), algoritmi će je više širiti. Ovo takođe može dovesti do novog problema: neki ljudi mogu smatrati da su poruke koje se najviše šire vredne poverenja i manje će razmišljati da li je poruka istinita ili ne.

Ponekad poruka vizuelnog sadržaja može biti dis- ili misinformacija. Na primer, neke dank memovi (što znači memovi sa neuglađenim izgledom i uvrnutim sadržajem) treba tumačiti kao subjektivne i anonimne ishode - baš kao što su natpisi ili grafiti na zidu. Svako snosi odgovornost da proceni koji je sadržaj relevantan i uključuje poruku koju treba podeliti unapred.

Uprkos tome što vizuelne poruke olakšavaju dobijanje ideja i upoznavanje sa temama razgovora, pristup tačnim informacijama treba da bude dostupan svima: u mnogim zemljama ili društvima ljudi nemaju poverenja u zvanične informacije i stoga dobijaju svoje informacije putem vizuelne poruke, WhatsAppa ili kanala društvenih medija.

Platforme su stvorile šire mogućnosti svima da doprinesu onlajn diskusiji, ali su stvorile i drugi problem: sada svako može anonimno da objavi bilo šta što znači mogućnost širenja dezinformacija.

Vizuelni sadržaji se mogu posmatrati kao vizuelni kodovi za razbijanje. Mimovi su smešni i duhoviti, ali mogu imati i važnu širu poruku: moramo da uložimo vreme i razmišljanje u tumačenje mimova, da prepoznamo njihovu svrhu i da njihovu poruku postavimo u trenutni politički ili društveni kontekst.

Mimovi i vizuelni sadržaji na vebu nisu istina već ogledalo društva u određenom vremenu. Njihovu svrhu i značenje treba kritički sagledati kao i poruke iz drugih medijskih izvora. Važno je razumeti načine na koje slike utiču na ljude i zašto smo tako lako zarobljeni vizuelnim udicama.

s.



Da li je to "Lažna vest"?

Ko je autor? Da li je pristrasan? Možete li unakrsno proveriti informacije da biste ih potvrdili? Da li je to satira?

IZVOR: QUICKMEME



Ne znam da li mrzim fudbal.

ili samo navijače

Vizuelne informacije, poput fotografija, video snimaka, gifova i svih vrsta vizuelno primamljivog materijala, veoma su efikasan način za slanje poruka i uticaja na ponašanje, verovanja i stavove ljudi. Mimovi i emotikoni su društveni fenomen širom sveta, koji svoju moć ljudskog interesovanja uzima za vizuelne poslastice kao što su boje, veliki fontovi, pokretni objekti i slike.

Takođe je važno razumeti mehanizme širenja poruka: što više lajkova slika dobije (ili više klikova), algoritmi će je više širiti. Ovo takođe može dovesti do novog problema: neki ljudi mogu smatrati da su poruke koje se najviše šire vredne poverenja i manje će razmišljati da li je poruka istinita ili ne.

Ponekad poruka vizuelnog sadržaja može biti dis- ili misinformacija. Na primer, neke dank memovi (što znači memovi sa neuglađenim izgledom i uvrnutim sadržajem) treba tumačiti kao subjektivne i anonimne ishode - baš kao što su natpisi ili grafiti na zidu. Svako snosi odgovornost da proceni koji je sadržaj relevantan i uključuje poruku koju treba podeliti unapred.

Uprkos tome što vizuelne poruke olakšavaju dobijanje ideja i upoznavanje sa temama razgovora, pristup tačnim informacijama treba da bude dostupan svima: u mnogim zemljama ili društvima ljudi nemaju poverenja u zvanične informacije i stoga dobijaju svoje informacije putem vizuelne poruke, WhatsAppa ili kanala društvenih medija. Platforme su stvorile šire mogućnosti svima da doprinesu onlajn diskusiji, ali su stvorile i drugi problem: sada svako može anonimno da objavi bilo šta što znači mogućnost širenja dezinformacija.

Vizuelni sadržaji se mogu posmatrati kao vizuelni kodovi za razbijanje. Mimovi su smešni i duhoviti, ali mogu imati i važnu širu poruku: moramo da uložimo vreme i razmišljanje u tumačenje mimova, da prepoznamo njihovu svrhu i da njihovu poruku postavimo u trenutni politički ili društveni kontekst.

Mimovi i vizuelni sadržaji na vebu nisu istina već ogledalo društva u određenom vremenu. Njihovu svrhu i značenje treba kritički sagledati kao i poruke iz drugih medijskih izvora. Važno je razumeti načine na koje slike utiču na ljude i zašto smo tako lako zarobljeni vizuelnim udicama.

Što više mimovi, video zapisi ili gifovi izazivaju osećanja među korisnicima društvenih medija, to se više dele i dalje će se širiti. Vizuelni sadržaji su napravljeni zato što pošiljalac želi da privuče našu pažnju i prenese svoju poruku. A način da se privuče pažnja je jednostavno – da izazovete osećanja.

Mimovi su obično smešni, ali često uključuju i jake političke ili društvene komentare. Mimovi i vizuelne slike su snažno povezane sa društvom: politikom, krizama, stavovima, strahovima, verovanjima i emocijama.

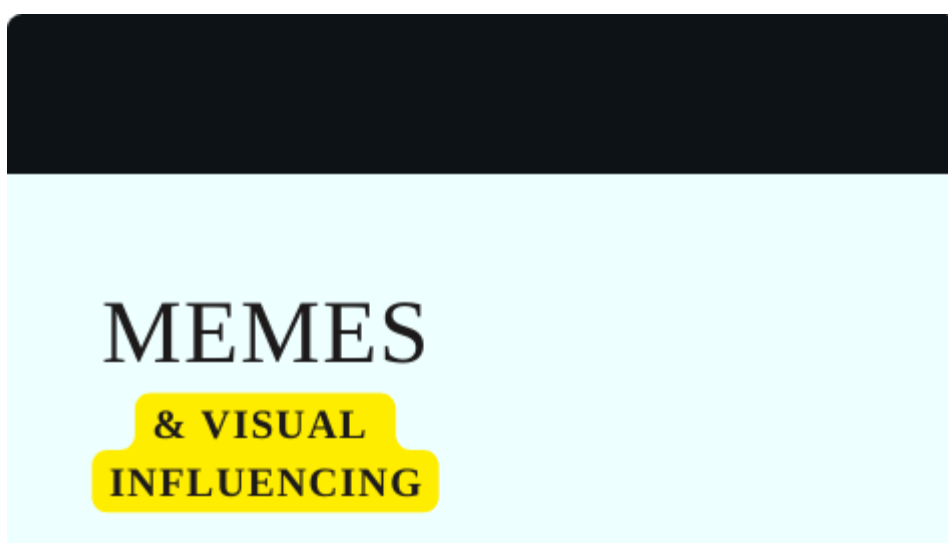
Nije uvek predvidljivo koji će mim ili vizuelni sadržaj probuditi interesovanje. Ponekad će se mim dopasti samo odabranoj grupi ljudi, ali drugi put će mim postati viralan i proširiti se širom sveta. Odgovornost kompanija za prenos podataka je neosporna: algoritmi dominiraju putanjama poruka. Zbog trenutne poruke koju mimovi nose, obično ne ostaju sveži toliko dugo. Na primer, politička satira gubi svoju moć ako vlada ili zainteresovane strane ne donose odluke kako je predviđeno. Ako donesu „bolje” odluke nego što se ranije mislilo (iz perspektive kreatora mima), onda kritičar gubi kontrolu. Mimovi brzo privlače pažnju ljudi - i uskoro će nestati. Ono što je danas urađeno sutra može biti zaboravljeno i niko ne zna koja će slika sutra probiti led.

Efikan vizuelni sadržaj može da napravi skoro svako, kreator ne mora da bude profesionalac. Popularnost mima je zasnovana na sasvim drugim stvarima. Obično se radi o tajmingu – neke stvari prodiru u srž aktuelnih tema i daju publici mogućnost da se nasmeje komplikovanim ili teškim pitanjima. U isto vreme, takođe je važno biti svestan osetljivih tema da nikoga ne vređate.

Vizuelnoj poruci je uvek potreban neko ko će delovati kao građanski učesnik – onaj koji ima ideju, kreira sliku i šalje poruku napred. Zato su nam potrebni sigurni prostori za mlade da se usude da ispričaju svoju priču i učestvuju u građanskoj diskusiji.

Vizuelne slike mogu delovati kao oružje za povećanje mržnje ili straha, ali takođe mogu snažno da se suprotstave negativnosti. Vizuelni prikazi su takođe lak način da pozovete druge da ustanu i deluju kao građanski angažovani – prenoseći poruku ljubavi, jednakosti i različitosti u društvu.

MIMOV I VIZUELNI UTICAJ



MANIPULACIJA SLIKOM



Desna slika: Izvor: <https://www.si.com/nfl/2017/09/30/image-michael-bennett-burning-us-flag-circulating-social-media-is-fake>; left photo: Source: <https://www.wired.com/story/that-flag-burning-nfl-photo-isnt-fake-news-its-a-meme/>

Manipulirana slika Sijetl Sihoksa Majkla Beneta kako pali zastavu – koja je odmah postala viralna. Član Fejsbuk stranice „Veterinari za Trampa“ objavio je fotografiju defanzivca Sijetl Sihoksa Majkla Beneta koji pleše u svlačionici, veselo držeći otrcanu američku zastavu. Natpis je glasio, „#Seattleseahawks - nema više NFL-a.“ Fotografija je bila lažna, ali to nije bilo važno; u roku od jednog dana, prikupio je više od 10.000 deljenja, lajkova i komentara besnih ljudi širom zemlje. „Možda će spaliti svoju prokletu nogu“, napisala je jedna žena, „sigurno će izgoreti u paklu.“

Izvor: <https://www.wired.com/story/that-flag-burning-nfl-photo-isnt-fake-news-its-a-meme/>

Manipulacija fotografijama je stara skoro koliko i sama fotografija, ali moderna tehnologija je učinila to uobičajenim i lako izvodljivim. Koristeći softver za uređivanje fotografija, skoro svako može da napravi velike promene na slici, od podešavanja boja i osvetljenja, do dodavanja i uklanjanja sadržaja. Zato uvek treba kritički da gledate na slike u medijima.

Problem sa manipulacijom fotografijama



Dok slike treba da prikazu stvarnost, manipulacija može stvoriti velike probleme. Iako je uobičajeno da novinski mediji prave manje izmene kao što su isecanje ili prilagođavanje osvetljenja, za novinare je neetično da uređuju fotografiju na način koji menja njeno značenje ili obmanjuje gledaoce. Iako se ova praksa ne dešava često u legitimnim medijima, postoji mnogo manje renomiranih izvora vesti koji rado uređuju fotografije kako bi privukli vašu pažnju.

Korisnici društvenih medija takođe mogu sebi da daju digitalni preobrazbu (make over) uz minimalan napor. Koristeći alate za uređivanje i filtere za slike ugrađene u različite aplikacije, korisnici mogu učiniti da izgledaju kako god žele za samo nekoliko trenutaka.

Ali pošto su predstavljene kao stvarnost, ove uređene slike mogu uticati na naše mentalno blagostanje. Neprestano gledajući slike veštački besprekornih ljudi, neki od nas mogu početi da veruju da su te slike autentične i da nikada ne možemo da ispunimo ove nerealne ideale. Ova vrsta štetnog razmišljanja može dovesti do svih vrsta zabrinutosti za mentalno i emocionalno zdravlje.

URAMLJIVANJE I ISECANJE



Čuveni primer izobličenja stvarnosti izazvanog isecanjem (Kredit: AP slika/Itsuo Inouye)

Koje su razlike između fotografija? Kakav je efekat?

Uočavanje lažnjaka

Manipulacija slikama nije nova tehnika. Ali sada, uređivanje slika više nije profesionalna igra. Svako može da preuzme aplikaciju na svoj telefon i provede minut ili dva usavršavajući svoj najnoviji selfi.

Nove tehnologije će uvek otežati procenu informacija kojima smo izloženi. Zato je važno da gradimo i stalno razvijamo našu pismenost.

Evo nekoliko saveta za procenu slika:

- Uradite proveru intuicijom. Da li vas slika (ili video) dovodi u pitanje prihvaćenu stvarnost?
- Da li je ova slika ranije postavljena? Ko je još postavio ovu sliku? Koji su naslovi koji se koriste za opis slike? Koristite **reverse image search** da vidite gde se slika pojavila na mreži.
- Da li slika sadrži znakove da je uređena? Ima li mrlja oko objekata prikazanih na slici? Dodatni udovi ili polovične zgrade? Ako je scena napolju, obratite pažnju na osvetljenje. Da li senke imaju smisla?

Budite u toku sa tehnologijom za obradu slika, poput onih navedenih u ovom prigodnom članku iz Digital Trends-a: **How Do you Tell if a Photo is Photoshopped? 9 Ways to Spot a Fake Photo**

Dalji primeri

Još jedan istaknuti primer je ova fotografija koju je snimio Brajan Valski 2003. godine i koja je objavljena na naslovnoj strani Los Anđeles Tajma. Dve gornje fotografije su kombinovane da bi se stvorila treća fotografija koja se nalazila na naslovnoj strani NY Tajmsa. Nakon što su gledaoci komentarisali da se čini da se pojedinci u pozadini pojavljuju više puta, kreator fotografija, Brajan Valski, priznao je da je zajedno uređivao fotografije kako bi poboljšao kompoziciju.



Izvor: <https://petapixel.com/2010/07/05/controversy-crops-up-over-economist-cover-photo/>

Izvor:

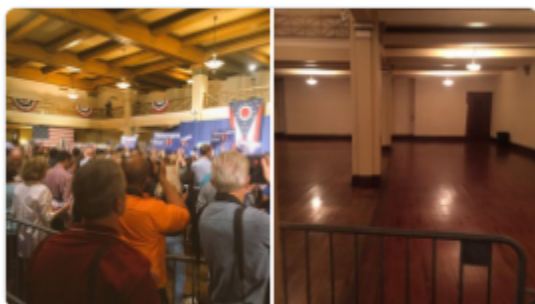
http://www.chicagotribune.com/news/photo/chi-080710-photo-fakes-photogallery,0,4231467.photogallery?index=chi-fake_walski20080710142803



Ed Henry
@edhenry · Follow



Very small crowd for @HillaryClinton event in Ohio -
- what you'll see on tv (left), what you won't see
(right)



1:55 PM · Sep 10, 2015



385



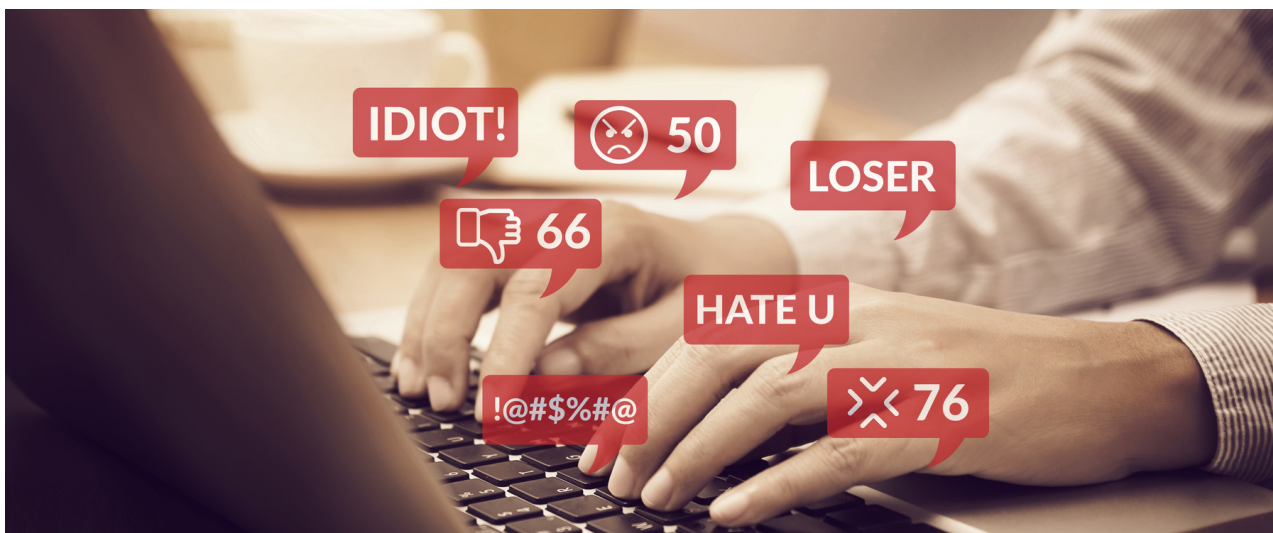
Reply



Copy link

[Read 157 replies](#)

MODUL III: OGRANIČENJA SLOBODE GOVORA I GOVORA MRZNJE



GOVOR MRŽNJE VS SLOBODA IZRAŽAVANJA

Mlade ljude posmatramo ne samo kao potrošače medija, već i kao medijske kreatore. Svaka mlada osoba je kreator informacija i ima poruke za slanje, preko raznih platformi, najčešće, putem društvenih mreža. Takođe, smatramo da je njihovo osnaživanje da pristupe novim informacijama i znanju i da se izraze ključni preduslovi funkcionalnog demokratskog društva. Ali da bi zaista učestvovali, mladi ljudi moraju da znaju svoja prava u smislu informisanja i izražavanja. Ali šta tačno predstavlja slobodu izražavanja i slobodu informisanja?

I međunarodni propisi, poput onih koji dolaze iz Saveta Ujedinjenih nacija za ljudska prava, i lokalni zakoni u demokratskim zemljama garantuju naše pravo na slobodu izražavanja, što znači da vlada nema pravo da nam zabranjuje da govorimo šta volimo i pišemo ono što volimo ili u šta verujemo. To je jedan od temeljnih principa demokratskih država – pravo na slobodu govora, ali i slobodu pristupa informacijama (sloboda informacija). Sloboda govora daje svim građanima, bez obzira na njihovo poreklo i preferencije, slobodu da kritikuju vladu i izražavaju svoje mišljenje bez straha od cenzure ili progona. Ovo pravo je primenjivo i na informacije ili ideje koje su pozitivno primljene ili koje se smatraju neuvredljivim, kao i na one koje vređaju, šokiraju ili uznemiravaju vladu ili bilo koju grupu stanovništva.

Sloboda informacija je definisana kao pravo na traženje, primanje i deljenje informacija. I to je veoma dobro povezano sa slobodom izražavanja – ako ljudi nemaju pristup informacijama, onda je teško misliti da će imati vredan doprinos demokratskom društvu, da dele vredna i različita mišljenja. Sloboda informisanja čini da vlada olakša pristup građanima informacijama koje imaju javni službenici, donosioci odluka ili privatna tela čije aktivnosti utiču na javni interes. Sloboda informisanja omogućava dobro upravljanje odgovornošću u vladi, jer ljudi mogu da provere šta vlada radi, a takođe mogu da donose bolje informisane odluke dok glasaju za svoje predstavnike ili za važne javne odluke.

Iako se koncept slobode izražavanja čini prilično jednostavnim, u stvarnosti postoje složene linije koje se mogu povući oko toga koje vrste govora su zaštićene i u kom okruženju – linije kojih mladi ljudi treba da budu svesni. A vreme interneta čini ove redove još komplikovanijim. Internet je fantastično sredstvo za slobodu izražavanja, pružajući priliku za razmenu ideja, mišljenja u bogatijoj formi nego ikada ranije. U međuvremenu, „govor“ je dobio širu definiciju: izražavanje mišljenja, ideja ili emocija, ne samo verbalno već i kroz druge oblike kao što su slike, video ili zvuk. Međutim, ovo nije područje bez problema. Ponekad mladi ljudi mogu da naiđu na stvari na mreži koje mogu smatrati uvredljivim ili sadržaj koji bi mogao da im „pređe granicu“.



Ali kako da povučemo granicu između ofanzive/van linije i prava koje daje princip slobode govora? Pre svega, veoma je važno da mladi ljudi znaju da sloboda izražavanja nije jednaka pravu na uvredu. Iako je sloboda izražavanja svako pravo, ona dolazi sa određenim ograničenjima – mržnja, koja predstavlja podsticanje na diskriminaciju, neprijateljstvo ili nasilje, zabranjena je zakonom (Gagliardone, Gal, Alves, & Martinez, 2015).

U ovom trenutku, govor mržnje je ključni koncept koji može osporiti granice slobode govora ili izražavanja. Govor mržnje se može opisati kao specifična vrsta izražavanja, koja može da naruši bezbednost, zdravlje, moral ili reputaciju, a ponekad se čak može pretvoriti u nasilni čin koji podriva ljudska prava drugih (Keen & Georgescu, 2016).

U skladu sa međunarodnim pravom o ljudskim pravima, govor mržnje u mnogim oblicima ne može biti ograničen – to je podgrupa „blage“ mržnje i netolerancije. Ipak, u svojim ekstremnijim oblicima, kada je verovatno da će mržnja izazvati pojedinačnu ili društvenu štetu, govor mržnje postaje ilegalan. Jer zaista, „treba da postoji ravnoteža između omogućavanja ljudima da izraze svoje unutrašnje misli i obezbeđivanja da to ne podriva prava drugih, niti nanosi veću štetu društvu“ (Keen & Georgescu, 2016, str. 162). Govor mržnje može biti protiv rase, etničke pripadnosti, boje kože, jezika, nacionalnosti, verskih uverenja ili istih, pola, rodnog identiteta, seksualne orijentacije, političkih uverenja, socijalnog statusa, starosti, mentalnog zdravlja, invaliditeta, bolesti, pripadnosti Romima ili izbeglicama.

U zaključku, mogli biste pomoći mladim ljudima da nauče šta je govor mržnje koristeći ovaj jedan važan kriterijum: da pogledamo uticaj sadržaja na ciljanu grupu, na potencijal govora da dovede do nerazumnog nasilja, verbalnog ili ponekad fizičkog, nad drugim grupama definisanim njihovom rasom, etničkom pripadnošću, verom, seksualnom orijentacijom, polom ili drugim karakteristikama.

Ako ste zainteresovani da pročitate više o tome kako se boriti protiv govora mržnje na mreži, preporučujemo ovu knjigu: E. Keen & M. Georgescu, Bookmarks: Priručnik za borbu protiv govora mržnje na mreži kroz obrazovanje o ljudskim pravima, revidirano izdanje od 2016, dostupno na <https://rm.coe.int/168065dac7>.



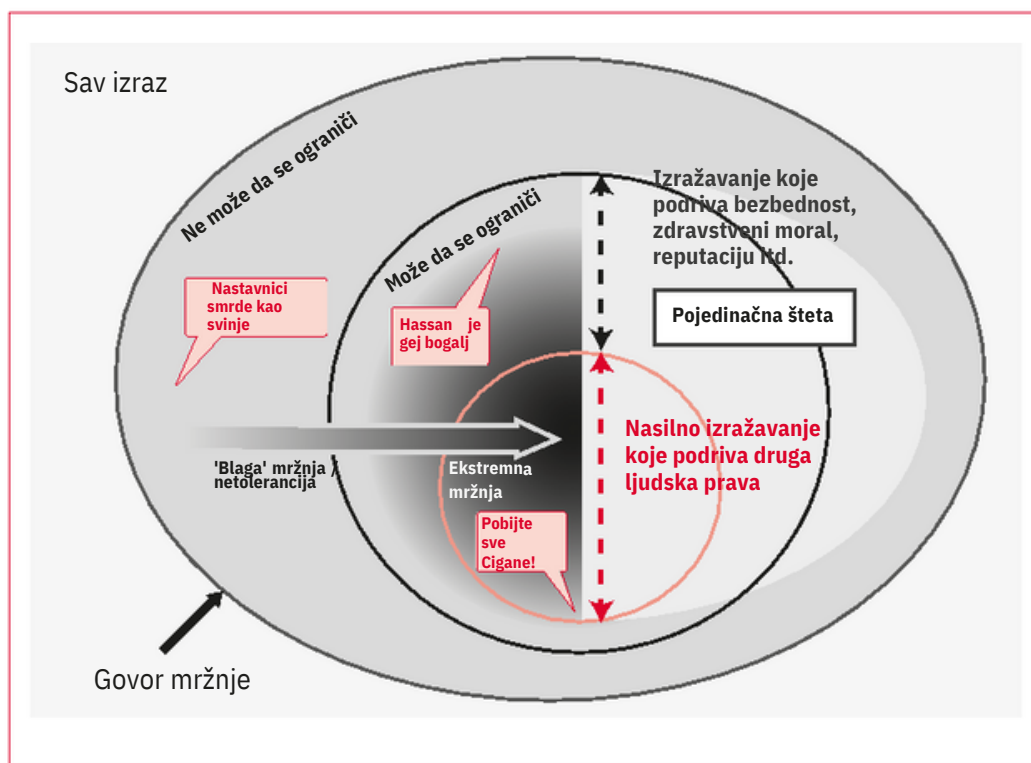
Govor mržnje obuhvata sve oblike izražavanja koji šire, podstiču, promovišu ili opravdavaju rasnu mržnju, ksenofobiju, antisemitizam ili druge oblike mržnje zasnovane na netoleranciji, uključujući: netoleranciju izraženu agresivnim nacionalizmom i etnocentrizmom, diskriminaciju i neprijateljstvo prema manjinama, migrantima i narodima imigrantskog porekla.

(Komitet ministara, Savet Evrope)

Svako ima pravo na slobodu mišljenja i izražavanja; ovo pravo uključuje slobodu na davanje mišljenja bez mešanja, na traženje, primanje i prenošenje informacija i ideja putem bilo kog medija i bez obzira na granice.

Član 19, Univerzalna deklaracija o ljudskim pravima (UDHR)

GRANICE SLOBODE IZRAŽAVANJA



Obeleživači – Borba protiv govora mržnje na internetu kroz obrazovanje o ljudskim pravima

Dijagram pokazuje široke oblike izražavanja koji mogu biti ograničeni ili moraju biti ograničeni prema međunarodnom pravu o ljudskim pravima. Da li se slažete sa ovim granicama i ograničenjima? Mislite li da više (ili manje) govora treba ograničiti?

Koji su uzroci govora mržnje?

Osnovni uzroci govora mržnje kako je definisano u "Bookmarku" su „negativni stereotipi, koji neke grupe ili pojedince vide kao inferiorne, različite i manje vredne poštovanja“. Zbog toga je širi pristup govoru mržnje, uzimajući u obzir njegove uzroke, neophodan i pokazuje važnost edukativnih aktivnosti za podrivanje negativnih stereotipa i predrasuda koje podstiču govor mržnje. (Keen & Georgescu, 2016, p.33)

Ali zašto se pojavljuju negativni stereotipi? Ovo je glavno pitanje među aktivistima i društvenim naučnicima. Neki istraživači su objasnili kako su grupe diskriminisale druge kroz istoriju i kako je ova diskriminacija bila deo sistema ugnjetavanja. Studije su ispitivale klasne razlike, rodne odnose i kolonijalizam, na primer. U ovom istorijskom procesu pojavile su se ideje da je jedna grupa superiorna/inferiorna u odnosu na druge i uspostavljeni su sistemi da opravdaju i održavaju ove nejednake društvene odnose, na primer, ograničavanjem pristupa obrazovanju na osnovu ideja da su neke grupe po prirodi manje sposobne ili prikladne. (Keen & Georgescu, 2016, p.33).

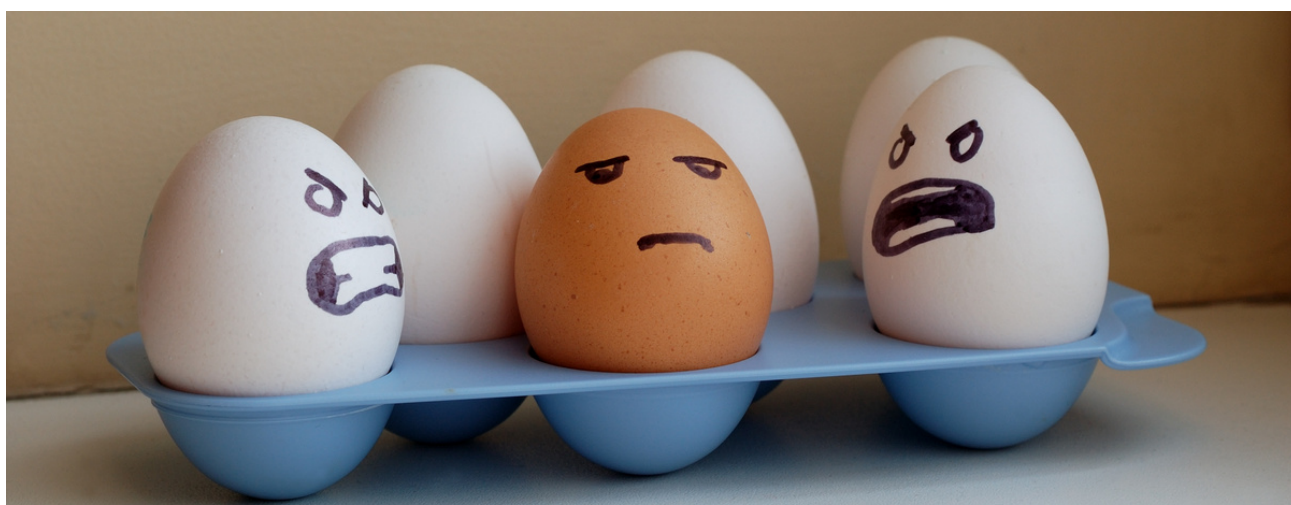
Drugi istraživači su istakli da je ljudsko ponašanje vođeno potrebama sigurnosti, identiteta i slobode. Kada ljudi primete pretnju i misle da njihove potrebe možda nisu zadovoljene, oni reaguju. Oni to čine formiranjem grupa kako bi osigurali zaštitu i realizaciju tih potreba. Narativi se koriste za kreiranje identiteta grupe i sadrže osnovna objašnjenja zašto je grupi potrebna zaštita. Čini se da ideje „nas“ protiv „njih“ jačaju identitet i legitimitet grupa. Zato govor mržnje ne prihvata uvek pogrдне ili eksplicitne oblike mržnje, već izraze o ljubavi, na primer, „ljubav prema našoj zemlji“, „čistoću naše zemlje“ ili „istinu naših verovanja“ (Keen & Georgescu, 2016, p.33).

Nekoliko pitanja da se zapitate

- Koji zakoni postoje u vašoj zemlji u vezi sa govorom mržnje?
- Na koje ste negativne stereotipe naišli u vezi sa govorom mržnje?
- Šta ovi stereotipi govore o moći i društvenim odnosima u vašem kontekstu?

RASIZAM I DISKRIMINACIJA

Govorom mržnje treba se pozabaviti i uhvatiti u koštac, posebno kada su u pitanju njegovi koreni. Stereotipi i rasistički stavovi su među pokretačima govora mržnje i stoga pozivaju na akciju. Pre nego što krenemo sa preventivnim merama, treba da se proširimo na okidače koji dovode do govora mržnje.

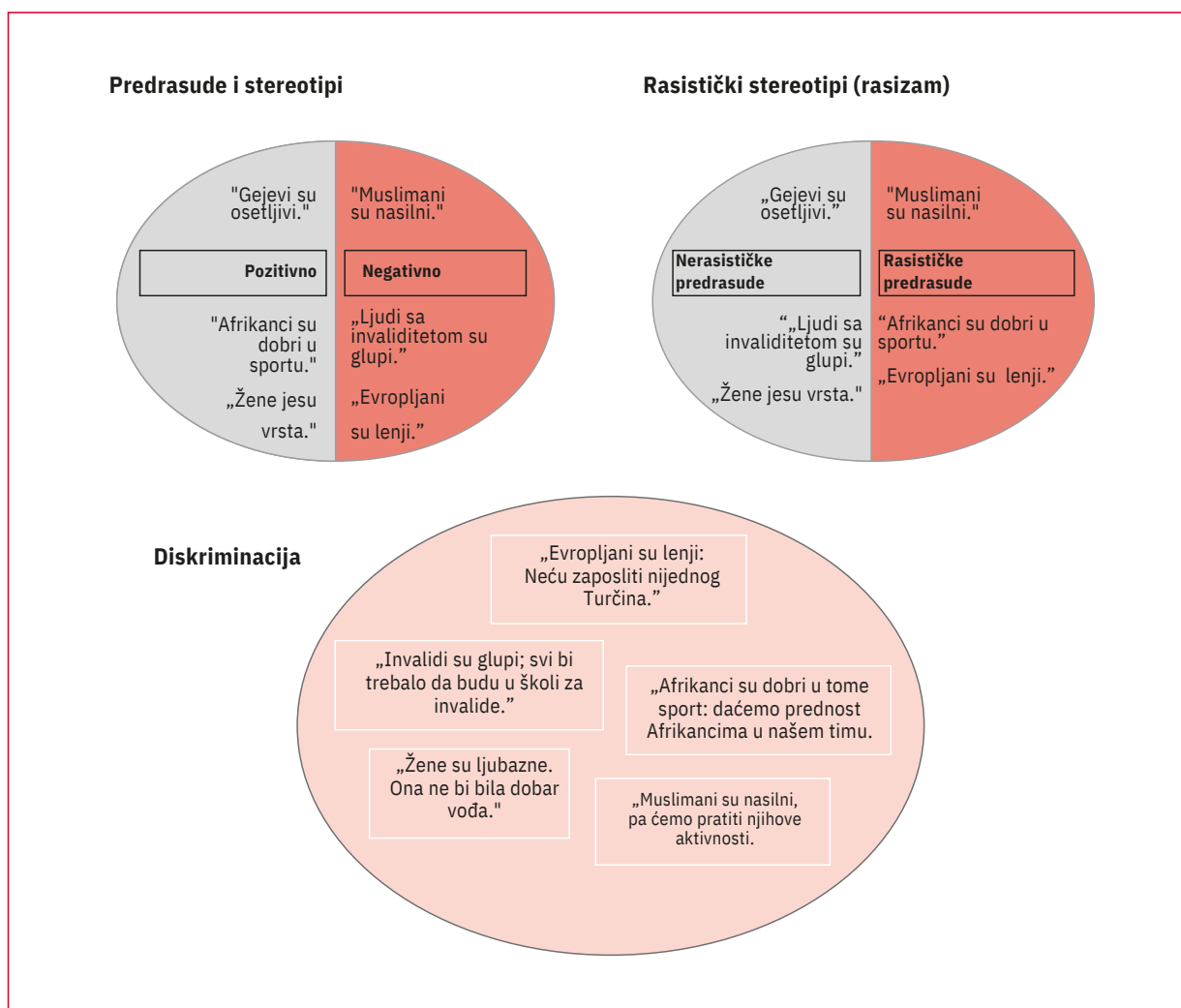


Stereotipi

Stereotipi su zajednička verovanja ili misli o određenim grupama i mogu biti pozitivni ili negativni (ili neutralni). Iako mogu biti korisni, stereotipi postaju štetni kada se strogo primenjuju na pojedince i koriste se kao razlog za drugačiji tretman ili ponašanje. Stereotipi su generalizacije i neće uvek važiti za svaki pojedinačni slučaj!
<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/stereotype>

Predrasude

Predrasuda je posebna klasa stereotipa, ona koja sadrži procenu ili sud. Mnogi stereotipi koji izgledaju neutralni u stvari sadrže element prosuđivanja. Na primer, čini se da „žene nisu dobre u kompjuterskim igricama“ predstavlja činjeničnu izjavu, ali zapravo donosi sud o tehničkim sposobnostima žena.
(<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/prejudice>)



Rasizam

Kada se stereotip ili predrasude zasnivaju na nečijoj boji kože ili nacionalnom ili etničkom poreklu, verovatno će biti rasistički, bez obzira da li su pozitivni ili negativni. Rasizam je ideologija koja uključuje diskriminatorsko ili uvredljivo ponašanje prema ljudima zbog njihove zamišljene „inferiornosti“. Važno je napomenuti da se „rasa“ sada smatra društvenom klasifikacijom, a ne biološkom. Nisu pronađene nikakve fizičke ili genotipske osobine koje su zajedničke jednoj „rasi“, a ne dele je sa drugom.

(Collins Dictionary, <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/racism>)

Diskriminacija

Kada negativni stavovi prema određenoj grupi dovode do toga da ta grupa ne može ili manje može da uživa svoja ljudska prava, to predstavlja diskriminaciju. Diskriminacija je sama po sebi kršenje ljudskih prava i može biti rezultat ili rasističkih stavova, ili drugih predrasuda koje nisu rasne prirode, ali su podjednako negativne po svojim posledicama za direktne žrtve i za društvo u celini.

<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/discrimination>

POVEZIVANJE POJMOVA



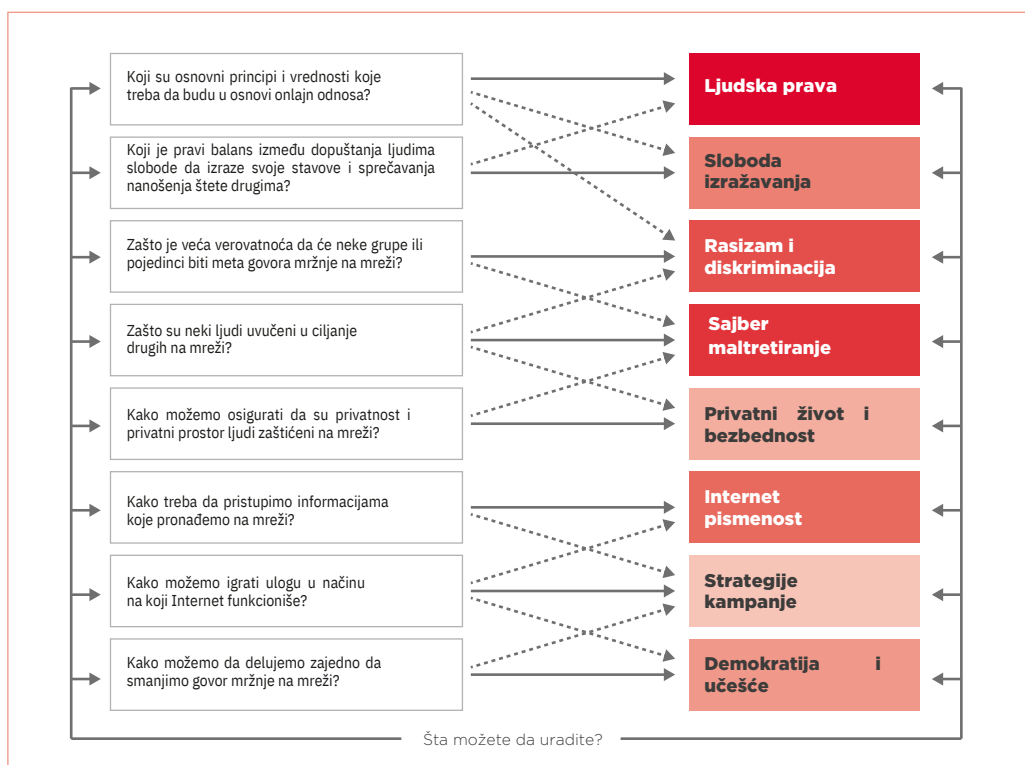
Kako stereotipi mogu dovesti do nasilja i mržnje?



Šta možete da uradite?

Kada ste u nedoumici, zapitajte se:

- Koja je svrha?
- Šta to podstiče?
- Kako to utiče na društvo?
- Kakav odnos pokazuje prema manjinskom stanovništvu?
- Da li je to humano?
- Da li to podstiče zločine iz mržnje?



Spisak mogućih radnji

- Koristite blogove i platforme društvenih medija da podignete svest o tome šta ljudi mogu da urade ako su žrtve govora mržnje ili ako su svedoci slučaja
- Koristite jezik ljudskih prava: podignite svest o pravima koja nas štite na mreži i van mreže i kako su ljudska prava povezana sa govorom mržnje na mreži
- Objavljujte komentare na sajtovima koji sadrže netačan, pristrasan ili rasistički sadržaj. Pošaljite pitanja ili žalbe autorima svih postova koji ukazuju na netoleranciju ili rasizam
- Angažujte se sa pojedincima koji koriste uvredljiv jezik: pokušajte da im pokažete uticaj njihovog ponašanja na druge
- Ohrabrite druge da ignorišu „trollove“ ako se upuštaju u uvredljivo ponašanje
- Prijavite primere govora mržnje organizacijama i institucijama koje se bave problemom
- Proverite na sajtu kampanje kako možete prijaviti govor mržnje na platformama društvenih medija (<https://www.coe.int/en/web/no-hate-campaign/reporting-on-social-media-platforms>) i nadležnim nacionalnim organima (<https://www.coe.int/en/web/no-hate-campaign/reporting-to-national-bodies>)
- Bojkotujte sajtove koji promovišu govor mržnje – i pozovite druge da to učine
- I još mnogo toga!

STUDIJE SLUČAJA



Krilo Liverpula Rinsola Babajide kaže da je "htela da prekine moje ćutanje" nakon što je na društvenim mrežama dobila rasističko zlostavljanje. Poruka je glasila da je "fudbal samo za muškarce", a pratila je i rasistička primedba.

Edlin Džon, direktorka Fudbalskog saveza za međunarodne odnose, korporativne poslove i partner za jednakost, različitost i inkluziju, rekla je za Bi-Bi-Si: „Potpuno je neukusno i neprihvatljivo da igrači i dalje budu izloženi diskriminatorskom zlostavljanju na mreži.

„To je traumatično na ličnom nivou za svaku žrtvu zlostavljanja, a mi smo uz sve igrače koji su i dalje na meti mržnje na mreži.

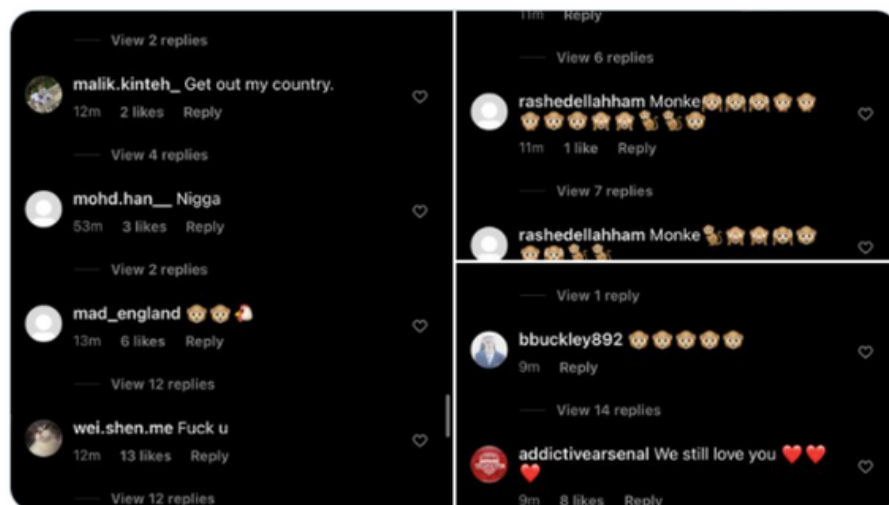
„Realnost je da zloupotreba na mreži nema posledice u stvarnom svetu i ovo treba brzo da se promeni. Nastavljamo da podstičemo kompanije društvenih medija da učine više kako bi se mogle preduzeti mere protiv počinitelaca.“

Izvor:

<https://www.bbc.com/sport/football/56688983>



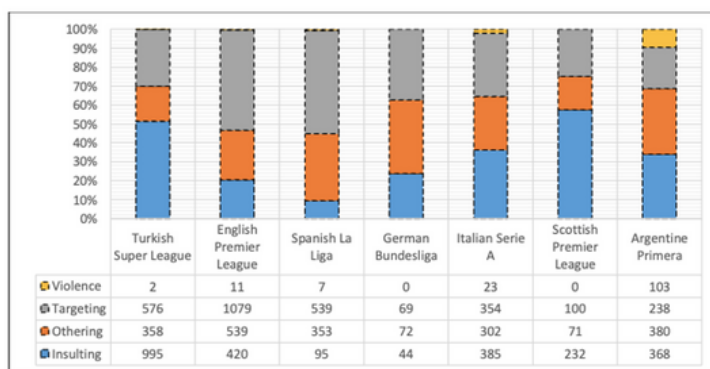
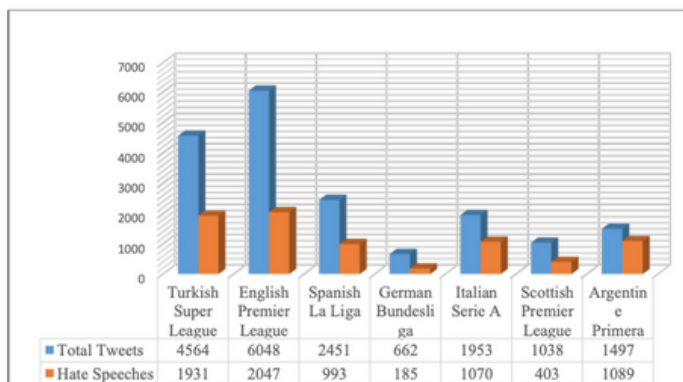
The racist abuse towards Bukayo Saka has started. No words...



12:09 am · 12 Jul 2021

2,307 Retweets 2,855 Quote Tweets 10.2K Likes

Fudbaler Arsenala i engleskog reprezentativca Bukajo Saka zadobio je bujicu rasističkih zlostavljanja na mreži nakon što je promašio penale u finalu. Jedan trol - čovek u ranim dvadesetim iz Saudijske Arabije - poslao je Saki nekoliko majmunskih emtikona na Instagramu.



Istraživanje koje su sproveli Okan Kilickaia i Aidin Pikel ispitalo je dimenzije i sadržaj govora mržnje koji se deli na zvaničnim Tviter naložima klubova u derbijima svetskog fudbala. Studija je iz 2019. godine i pokazuje količinu tvitova govora mržnje. Postalo je jasno da navijači često ciljaju fudbalske timove, fudbalere, trenere ili sudije uvredljivim, ponižavajućim, drugim ili optužujućim komentarima na društvenim mrežama. Prva slika prikazuje ukupan broj tvitova i tvitova koji sadrže govor mržnje. Druga slika ilustruje broj i proporcionalnu distribuciju tipova govora mržnje koji se koriste na derbijima.

Izvor: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2762566>

AKTIVNOSTI

Sloboda izražavanja u brojevima

Koliko ljudi širom sveta danas koristi internet? A da li će više medijskih profesionalaca biti zatvoreno nego pre deset godina? Odgovorićete na ova i dodatna pitanja o slobodi izražavanja i slobodi štampe širom sveta iscrtavanjem krivi u okviru grafikona na ekranu. Nakon što završite razvojnu krivu prema sopstvenoj proceni, stvarna kriva se pojavljuje na grafikonu zajedno sa objašnjenjima.

Cilj je da se prepoznaju trendovi, činjenice i dešavanja u vezi sa slobodom govora i slobodom štampe.

<http://akademie.dw.de/games/graph/>

Suočavanje sa sajber maltretiranjem

Dobićete različite scene u kojima ćete identifikovati svoj verovatni odgovor na različite scenarije maltretiranja i razgovarati o alternativnim pravcima delovanja.

- Ne raditi ništa
- Odgovoriti nasilnicima/nasilnicima (na primer, uključiti se u diskusiju, uzvratiti im udarac ili nešto drugo. Ako je nasilnik nepoznat, ova opcija možda nije relevantna.)
- Prijaviti ponašanje (na primer nastavniku, roditelju, administratoru sajta ili drugom autoritetu)
- Nešto drugo (na primer, dovesti druge u diskusiju, formirati „grupu solidarnosti“ itd.)

a) Primili ste niz uvredljivih e-poruka i tekstualnih poruka sa adresa ili brojeva koje ne prepoznajete. Neki su pretili: izgleda da vas nasilnici poznaju. Šta radite?

b) Neki ljudi iz vaše škole su izmenili neke vaše fotografije i postavili ih na internet sa neprimerenim komentarima. Mislite da znate ko je to. Šta radite?

c) Dečak iz druge zemlje se upravo pridružio vašem razredu. Vaši prijatelji ga ismevaju i počeli su da objavljuju rasističke viceve o njemu na svojim društvenim mrežama. Stalno vam govore da ponovo tvitujete ili ponovo postavljate viceve. Šta radite?

d) Grupa dece u vašem odeljenju je širila štetne glasine o vama na sajtovima društvenih mreža. Mnoga deca sada neće da se igraju sa vama niti da razgovaraju sa vama. Čak i vaši prijatelji počinju da misle da su glasine možda istinite. Šta radite?

e) Učiteljica kaže razredu da su neki ljudi bili zlostavljani i da je jedna mlada osoba napadnuta na putu kući iz škole. Ona traži da svi koji nešto znaju o ovome razgovaraju sa njom nasamo nakon časa. Mislite da znate ko je to uradio, ali ste uplašeni jer ste primili mnogo SMS poruka koje vas upozoravaju da ništa ne govorite. Šta radite?

f) Vidite dete na igralištu kako stoji samo i plače. Zna da je druga deca zadirkuju jer ima smetnje u učenju, i zovu je „debela“ i „ružna svinja“. Tvoji prijatelji su neki od najgorih i često joj se smeju kada ste svi zajedno. Šta radite?

Neograničena sloboda

Istražićete ideju slobode izražavanja koristeći brojne studije slučaja. Morate da odlučite šta da radite sa komentarima ili komunikacijama koje su kontroverzne, uvredljive ili potencijalno opasne.

1. Grupa pod nazivom „Povratite našu naciju“ postavlja web stranicu na kojoj se proglašavaju „tradicionalne vrednosti“. Mnogi postovi su rasistički. Sajt izaziva veliki broj komentara i burnu diskusiju. Neke od diskusija sadrže veoma uvredljiv jezik, ali postoji velika zajednica komentatora koji se protive rasističkoj ideologiji sajta.

- Da li nešto treba da se skine sa mreže? Ako da, koliko i zašto?
- Ako ne, šta bi drugo moglo da se uradi?

2. Nikolaj, političar koristi svoju ličnu web stranicu da pozove na iseljenje romske zajednice u svojoj izornoj jedinici i optužuje ih za visok nivo kriminala. Nakon njegovih poziva, dešavaju se brojni napadi na Rome širom zemlje. Veliki deo medija počinje da štampa priče koje prikazuju zločine koje su počinili Romi – ali ne i zločine počinjene nad njima.

- Da li nešto treba da se skine sa mreže? Ako da, koliko i zašto?
- Ako ne, šta bi drugo moglo da se uradi?

3. Ela na svom javnom profilu postavlja video koji ismeva osobe sa invaliditetom, prikazujući ih kao nekompetentna „vanzemaljska“ bića. Statistika sajta pokazuje da skoro niko nije pogledao video, a nema ni komentara posetilaca.

- Da li nešto treba da se skine sa mreže? Ako da, koliko i zašto?
- Ako ne, šta bi drugo moglo da se uradi?

Inkluzivni jezik

Molimo vas da uradite kviz! QR kod:



MODUL IV: KREIRANJE ALTERNATIVNIH, NARATIVA/KRITIČKO MIŠLJENJE

Uz odgovarajuću podršku, mladi ljudi mogu da se razviju kao kritički mislioci i da postanu kreatori promena.

Kritičko razmišljanje i veštine rešavanja problema osposobljavaju mlade ljude da analiziraju i procene da li su informacije koje dobijaju, bilo od pojedinca ili organizacije, pravedne, poštene i istinite.



„Funkcija obrazovanja je da Vas nauči da razmišljate intenzivno i da razmišljate kritički... Inteligencija plus karakter, to je cilj pravog obrazovanja. Kompletno obrazovanje daje ne samo moć koncentracije, već i dostojne ciljeve na koje se možete koncentrisati.”
Prečasni dr Martin Luter King, ml.

Postoji mnogo vrsta projekata dizajniranih da razviju kritičko mišljenje mladih i veštine rešavanja problema kako bi ih osnažili da istražuju teme i pitanja do kojih im je stalo.

Šta je kritičko mišljenje?

Kritičko mišljenje se može definisati kao način rasuđivanja, o bilo kom predmetu, sadržaju ili problemu u kome mislilac poboljšava kvalitet svog mišljenja veštom analizom, procenom i rekonstruisanjem [4]. Kritičko mišljenje je samokontrolisano i samokorektivno razmišljanje. (<https://digipathways.io/resources/training-toolkit/critical-thinking-and-problem-solving/>).

Sledeće, izvučeno iz P21 okvira za učenje 21. veka, opisuje znanja i veštine koje mladi ljudi moraju da razviju da bi postali kritički mislioci:

- Rezonujte efektivno
- Koristite različite vrste rezonovanja (induktivno, deduktivno, itd.) u skladu sa situacijom
- Koristite sistemsko razmišljanje
- Analizirajte kako delovi celine međusobno deluju da bi proizveli opšte rezultate u složenim sistemima
- Donosite presude i odluke
- Efikasno analizirajte i procenite dokaze, argumente, tvrdnje i uverenja
- Analizirajte i procenite glavne alternativne tačke gledišta
- Sintetizujte i povežite informacije i argumente
- Interpretirajte informacije i izvedite zaključke na osnovu najbolje analize
- Kritički razmislite o iskustvima i procesima učenja

Kakvu ulogu imaju alternativni narativi u sprečavanju diskriminacije, polarizacije i radikalizacija na lokalnom nivou?

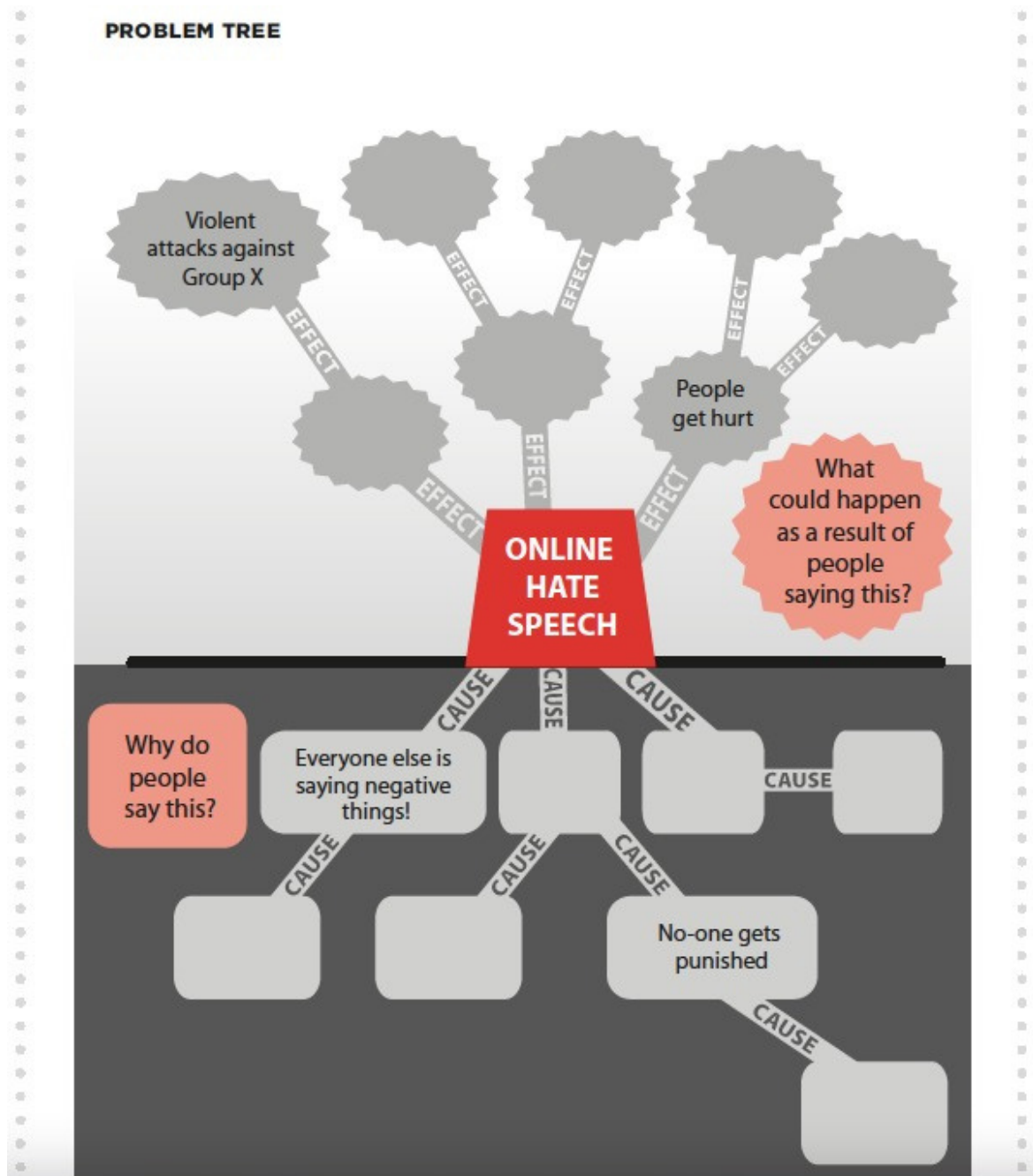


Alternativni narativ je jedan od nekoliko „mekih“ pristupa sprečavanju i suzbijanju radikalizacije do nasilja.

Funkcija alternativnog narativa je da promeni pravac određenog razgovor i uvedite nešto novo ako je zastarelo, uvredljivo ili čak naizgled irelevantni narativi možda su do sada dominirali.

STABLO SUKOB/PROBLEMA

Stablo sukoba je veoma uobičajen način razumevanja datog problema na dubljem nivou.



Stablo sukoba je veoma uobičajen način razumevanja datog problema na dubljem nivou. Lakše je objasniti na primeru, pa biste mogli da upotrebite drugu tvrdnju da predstavite stablo, na primer: „Mladi su besposleni i sebični. Treba ih sakriti od društva dok ne izrastu u normalna ljudska bića”.

Kada učesnici rade na svom „drvetu“, možete im dati kopiju materijala – fotokopiranu na A3 – ili ih zamoliti da nacrtaju svoje na flipčart papiru. Drugi metod će im dati više mogućnosti da produže korenje i grane dalje, ali može izgledati teže od popunjavanja određenog broja polja. Postarajte se da grupe uzmu u obzir efekte i na pojedince i na društvo.

Da bi učesnici raspravljali o izjavi, trebalo bi da zamenite „Grupou X“ grupom koja je obično na meti društva. Takođe možete uzeti specifičan slučaj maltretiranja putem interneta i imati zamišljenu osobu imenovanu za metu.

Ako se čini da su učesnici propustili važne uzroke ili posledice, možda ćete želeći da ih navedete da ih razmotre. Takođe možete da im pružite sledeću listu kao uputstva kada crtaju svoja stabla. Oni bi mogli da razmotre da li faktori ili akteri na listi imaju bilo kakvu vezu sa problemom i gde bi mogli da se uklape u drvo:

- -Mediji
- -Političari/javne ličnosti
- -Govor mržnje van mreže
- -Mala interakcija između GrupeX i ostatka društva
- -Pritisak vršnjaka
- -Diskriminacija u školi
- -Ekonomski faktori
- -Škole/obrazovanje

Takođe možete pronaći više informacija o tome kako se ljudska prava primenjuju na mreži tako što ćete pogledati Vodič za ljudska prava za korisnike interneta. Konkretno, odeljak „**Pristup i nediskriminacija**“ daje ideju o tome kakva se prava primenjuju na mreži za one koji su meta govora mržnje.

MODUL V: DIGITALNA OTPORNOST

Često govorimo o otpornosti i o tome koliko je ključno da se mladi obuče neophodnim veštinama.



Ali šta zapravo znači otpornost? A šta je sa digitalnom otpornošću? Otpornost nije pokušaj da budemo „toliko čvrsti“ da ništa ne utiče na nas. Otpornost se oslanja na našu sposobnost da ostanemo pozitivni i da izgradimo snagu. Štaviše, to je sposobnost oporavka od neuspeha. U redu je osećati se tužno, beznadežno ili devastirano, važno je kako reagujemo i prilagođavamo se. Digitalna otpornost je sposobnost da se vremenom vratite iz teških vremena na mrežu. To uključuje sposobnost da razumete kada ste u opasnosti na mreži, da znate šta da radite ako nešto krene po zlu, da učite iz svog iskustva kada ste na mreži i da možete da se oporavite od bilo kakvih poteškoća ili uznemiravanja. Mladi koji su digitalno otporni biće opremljeni da se nose sa izazovima modernog, digitalnog sveta. Digitalna otpornost raste kroz onlajn upotrebu i naučeno iskustvo i ne može se razviti izbegavanjem digitalnog sveta.

TERMINOLOGIJA

Otpornost

Otpornost se generalno odnosi na sposobnost pojedinca da prevaziđe izazove koji imaju negativan uticaj na njihovo emocionalno i fizičko blagostanje. U kontekstu nasilnog ekstremizma, „otpornost“ se odnosi na sposobnost da se odupremo – ili da se ne pridržavamo – stavovima i mišljenjima koja prikazuju svet u ekskluzivnim istinama, koje legitimišu mržnju i upotrebu nasilja.

U obrazovanju, to podrazumeva razvijanje sposobnosti učenika da kritički razmišljaju, da uče putem istraživanja (učenje zasnovano na upitima) i da proveravaju činjenice kako ne bi postali plen pojednostavljenih i jednodimenzionalnih pogleda na svet koje propagiraju nasilne ekstremističke grupe. Izgradnja otpornosti među studentima i mladima jedna je od ključnih mera koje obrazovni sektor može da primeni u cilju sprečavanja širenja nasilnog ekstremizma.

Digitalna otpornost

Digitalna otpornost se postiže prvenstveno iskustvom, a ne učenjem, a podstiče se mogućnostima da se poveri drugima od poverenja i kasnije razmisli o onlajn izazovima.

Okvir digitalne otpornosti UKCIS-a

Šta je digitalna otpornost?

Digitalna otpornost je dinamična ličnost koja raste iz digitalne aktivacije, kroz angažovanje sa odgovarajućim prilikama i izazovima na mreži, a ne kroz izbegavanje i bezbednosno ponašanje.

Karakteristike povezane sa otpornošću

- Tendencija planiranja (sklonost planiranju).
- Stil samorefleksije o tome šta je uspelo, a šta nije.
- Osećaj delovanja ili odlučnost da se nosite sa izazovom.
- Samopouzdanje da možete uspešno da se nosite sa izazovima.



Razumeti

Pojedinac razume kada je u opasnosti na mreži i može doneti informisane odluke o digitalnom prostoru u kome se nalazi.



Znaj

Pojedinac zna šta treba da uradi da potraži pomoć iz niza odgovarajućih izvora

DIGITALNA OTPORNOST



Uči

Pojedinac uči iz svog iskustva i u stanju je da prilagodi svoje buduće izbore, gde je to moguće



Shvatiti

Pojedinac se može oporaviti kada stvari krenu naopako na mreži tako što će dobiti odgovarajući nivo podrške za oporavak

Izvor: UK Council for Internet Safety

Pitanja koja treba da postavite sebi kao edukatoru

1. Koje vrste stresova i pritisaka mladi ljudi povezuju sa onlajn svetom?
2. Koji od ovih pritisaka ih najviše/najmanje zabrinjava?
3. Kako se nose sa ovim?
4. Na koji način ovi pritisci utiču na njihovo socijalno i emocionalno blagostanje?
5. Kako se to manifestuje (npr. da li je loše raspoloženje, nivo stresa, školski rad)?
6. Šta neke mlade ljude čini otpornijima na rizike sa kojima se susreću na mreži?
7. Da li se ove veštine ili kvalitete mogu naučiti?

ZAŠTO JE DIGITALNA OTPORNOST VAŽNA?



Slika 1: Opseg emocionalnih odgovora koje su učenici prijavili prilikom proučavanja emocionalno izazovnog sadržaja (Downes et al 2022)

Rizici povezani sa korišćenjem interneta kod dece

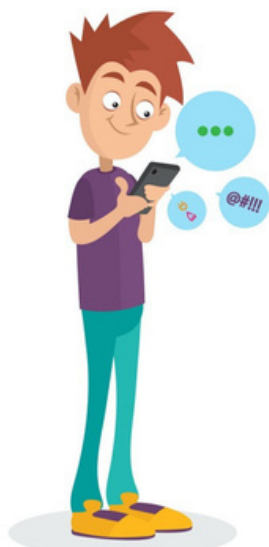
	Content Receiving mass-produced content	Contact Participating in (adult-oriented) online activity	Conduct Perpetrator or victim in peer-to- peer exchange
Aggressive	Violent /gory content	Harassment, stalking	Bullying, hostile peer activity
Sexual	Pornographic content	'Grooming', sexual abuse or exploitation	Sexual harassment, sexting
Values	Racist / hateful content	Ideological persuasion	Potentially harmful user-generated content
Commercial	Embedded marketing	Personal data misuse	Gambling, copyright infringement

Izvor: adaptirano od Livingstone, et. al. (2012b, p.8)

Kao što matrica služi da ilustruje, postoji bezbroj rizika koji se predstavljaju na mreži, a svi oni imaju potencijalne posledice po socijalno i emocionalno blagostanje dece i mladih.

SCENARIO

Jedno od ozbiljnih problema sa kojima se suočavamo na društvenim mrežama je to što su ljudi otvoreni za ekstremističke stavove drugih. Evo primera zašto je ovo opasno:



Upoznajte Krisa.

Nedavno se prebacio na novi koledž i još nije stekao mnogo prijatelja. On se oseća izolovano i okreće se društvenim mrežama kako bi pokušao da upozna nove ljude.

Dok je na mreži, Kris nailazi na stranicu koja raspravlja o religiji, za koju ranije nije čuo.

Imaju ekstremne stavove, ali Krisu to ne smeta, misli da će mu to pomoći da se uklopi u novu grupu ljudi.

Možete li identifikovati bilo koju opasnost?

Kris pristaje da se sastane sa nekim sa stranice. On ih ranije nije sreo, ali izgleda da poznaju lokalnu oblast, pa pretpostavlja da je sigurno da se sretne sa njima. Kris nema nikoga ko bi mogao da ide s njim, pa je odlučio da ide sam.

Kada je stigao čovek koji ga je sačekao je stariji nego što je očekivao. Izgleda da ima oko 30. Mnogo priča o religiji i iako je Kris baš i ne razume, pristaje da ide na njihov sledeći sastanak.

Koje opasnosti sada možete videti?

Ako se Krisov odnos sa ovim čovekom nastavi, mogao bi da postane radikalizovan. Šta znači radikalizacija?

Radikalizacija je proces kroz koji osoba podržava ili je uključena u ekstremističke ideologije. To može dovesti do toga da osoba postane uvučena u terorizam i sama po sebi predstavlja oblik štete.

Vođe ekstremističkih grupa često koriste društvene medije da pronađu ranjive i usamljene mlade ljude jer se na njih gleda kao na „lake mete“ jer traže osećaj pripadnosti koji ekstremistička grupa osećajuda može da ponudi.

Možete izgraditi otpornost mladih na radikalizaciju i ekstremizam:

- pomagajući da se poboljša njihovo samopoštovanje i samopouzdanje
- promovisanjem inkluzivnosti i kohezije zajednice
- obezbeđivanjem bezbednog okruženja za debatu o nizu pitanja kao što su prepoznavanje i upravljanje rizikom, donošenje sigurnijih izbora i uticaj pritiska drugih
- pomažući mladim ljudima da shvate kako mogu uticati i učestvovati u donošenju odluka.

Možete li se setiti drugih mera/predloga? Kako možemo zaštititi mlade od radikalizacije ili bilo kakvih zamki digitalnog pejzaža pomoću veština medijske pismenosti?

ŠTA MOŽETE DA URADITE?

Digitalni pejzaž je grub. Zsigurno postoje prednosti poput dobijanja lajkova za svoj selfi, ukljućivanja u grupe. A ima i negativnih stvari kao što je iskljućenje i maltretiranje putem interneta, ili čak radikalizacija, kao što smo naišli u gorenavedenom scenariju. Pa kako možemo pomoći mladima?

Sprovođenjem onlajn aktivnosti u bezbednim okruženjima i sigurnim prostorima, mladi ljudi će steći samopouzdanje i veštine za razvoj i suoćavanje sa negativnim posledicama onlajn stresa. Ovo ide ruku pod ruku sa odgovarajućom podrškom i smernicama koje pojedinac možda želi ili mu treba. Podrška za oporavak i ponovno angažovanje u digitalnim prilikama je podjednako važna.

DIGITAL RESILIENCE TIPS TO HELP YOUNG PEOPLE	
<u>BUILD A SUPPORT NETWORK</u> • Reach out to someone and support others too. A problem shared is a problem halved. • Find useful sites or organisations who can help	<u>GIVE YOURSELF A BREAK</u> • You are not perfect and will make mistakes. Be kind and fair to yourself. • Take some time offline if you want to. • Sort out disagreements quickly.
<u>LIFESTYLE CHANGES</u> • Make time for the things and people that make you happy. • Look out for new challenges. • Life can be hectic. Find ways to help you relax	<u>PHYSICAL HEALTH</u> • Get some exercise, be active. • Put your devices away at night to get a good night's sleep. • Eat regularly and healthily.
These tips have been adapted with thanks from © Mind This information is published in full at mind.org.uk	



Izvor: <https://www.streetwisegb.org/post/what-is-digital-resilience>

MODUL VI: GRAĐANSKI ANGAŽMAN



Da biste započeli razgovor sa svojim učenicima o tome šta se promenilo u digitalnom dobu, razmislite o gornjem mimu pitajući:

- Šta ovaj mim sugerše o tome kako je internet promenio društvenu i građansku akciju?
- Kako su stvari danas drugačije u poređenju sa društvenim pokretima iz prošlosti (pre digitalnog doba)? Možete li da se setite primera koji bi pokazali šta se promenilo?
- Šta je ostalo isto? Možete li da se setite primera koji pokazuju šta je ostalo isto?

Ovo poglavlje uvodi pojmove političkog učešća i građanskog angažmana i naglašava važnost ovih participativnih akata za zdravlje svake demokratije.

Političko učešće je od suštinskog značaja za demokratiju. Na kraju krajeva, demokratija je vlada za narod, od strane naroda. U onih nekoliko slučajeva u kojima se koristi direktna demokratija, ljudi istinski učestvuju u odlučivanju o većini stvari koje utiču na njihove živote (Švajcarska može biti primer, ili primer gradova koji sprovode politiku participativnog budžetiranja). Ipak, većina društava sledi model reprezentativne demokratije, što znači da su prosečni ljudi samo donekle uključeni u politiku.

Postoji veliki broj istraživanja koja definišu i dokumentuju političko učešće u različitim demokratskim okruženjima. Glasanje, kampanja, kontaktiranje javnih zvaničnika i uključivanje u kooperativne/zajedničke aktivnosti smatraju se tipičnim i konvencionalnim aktima učešća (Werba 1972, u Weiss 2020).

Drugi načini na koje se građani priključuju, uključuju spornije oblike učešća, kao što su protesti, potpisivanje peticija ili štrajkovi (obično povezani sa društvenim pokretima). Bilo da su konvencionalne ili nekonvencionalne, akcije političkog učešća karakterišu tri kumulativna uslova

(Weiss 2020, 3):

1. participativnu akciju izvode prosečni građani (a ne političari/donosioc odluka)
2. učešće je dobrovoljno (prinudno/obavezno učešće kao što su manifestacije koje orkestrira autoritarna vlada – Severne Koreje na primer – ne računaju se)
3. učešće je vezano za neku javnu instituciju, obično vladu, ili lokalnu vlast, organizaciju ili čak organizaciju civilnog društva.



Građanski angažman je još jedna dimenzija participacije, koja nije ograničena na političko učešće. Građansko angažovanje znači uključivanje na različite načine u identifikaciju ili rešavanje problema na nivou zajednice (bilo da je u pitanju vaša škola, vaš grad ili vaša zemlja), ali ti načini nisu direktno povezani sa političkom sferom. Na primer, volontiranje za nevladinu organizaciju je oblik građanskog angažovanja.

U slučaju mladih, i političko učešće i građanski angažman predstavlja jedinstvenost, u odnosu na one radnje koje vrše odrasli. Mladi obično nemaju pravo glasa, pa je njihovo učešće na izborima ograničeno na aktivnosti bez glasanja. Štaviše, mladi su obično u velikoj meri uključeni u protestne aktivnosti (REF).

Konačno, političko i građansko učešće može biti drugačije percipirano od strane mladih nego starije generacije zbog njihove preferencije za učešće na mreži i sposobnosti da efikasno koriste društvene medije za mobilizaciju za ili protiv.

Istraživanja pokazuju da mladi ljudi nemaju interesovanje za politiku i da se polako sve više odvajaju od političke vežbe (Iouniss 2009). Međutim, neki autori smatraju da je, zapravo, omladina manje zainteresovana za konvencionalnu i izbornu politiku, ali više za nove oblike učešća (Weiss 2020, Foa i Munck).

U izveštaju Saveta Evrope za 2018., Krauli i Mokson su otkrili da mlade ljude generalno više privlače sve vrste građanskog i političkog učešća koje uključuju onlajn milje (posebno društvene medije). Takođe, mladi ljudi imaju tendenciju da se angažuju naglašavajući samoizražavanje: mladi ljudi mogu izabrati da učestvuju tako što će učiniti ovo učešće osobom, bilo bojkotovanjem proizvoda, uključivanjem u debate o političkoj odluci ili nošenjem bedža podrške.

Čini se da mladi ubacuju tradicionalno učešće sa većim naglaskom na razmatranje i diskusiju. S obzirom na činjenicu da su mladi ljudi ograničeni u svojim oblicima učešća i da imaju nizak nivo percipirane političke efikasnosti, nije čudo što nisu posebno zainteresovani za političko učešće.



Ipak, treba uzeti u obzir i perspektivu mladih o tome šta je učešće. Oblici političke participacije su se značajno promenili otkako je disciplina političkih nauka počela da to dokumentuje, a danas se na repertoar lako može uvrstiti komentarisanje onlajn vesti, pridruživanje onlajn zajednici koja protestuje protiv nečega, tražeći promene ili čak ispoljavanje solidarnosti političkog učešća.

Pandemija Kovid-19 dodatno je povećala ulogu onlajn učešća, u kontekstu u kojem su mnoge zemlje usvojile mere koje ograničavaju slobodu okupljanja. Čini se da je politička efikasnost veća među mladim ljudima koji se bave onlajn aktivizmom (REF). Građanski angažman u slučaju mladih je od suštinskog značaja za stvaranje demokratskih građana sutrašnjice. Mnoštvo studija dokumentuje pozitivne efekte volontiranja u mladosti na buduće političke stavove (Niemi and Jennings, Putnam, Letki, Badescu, etc.).

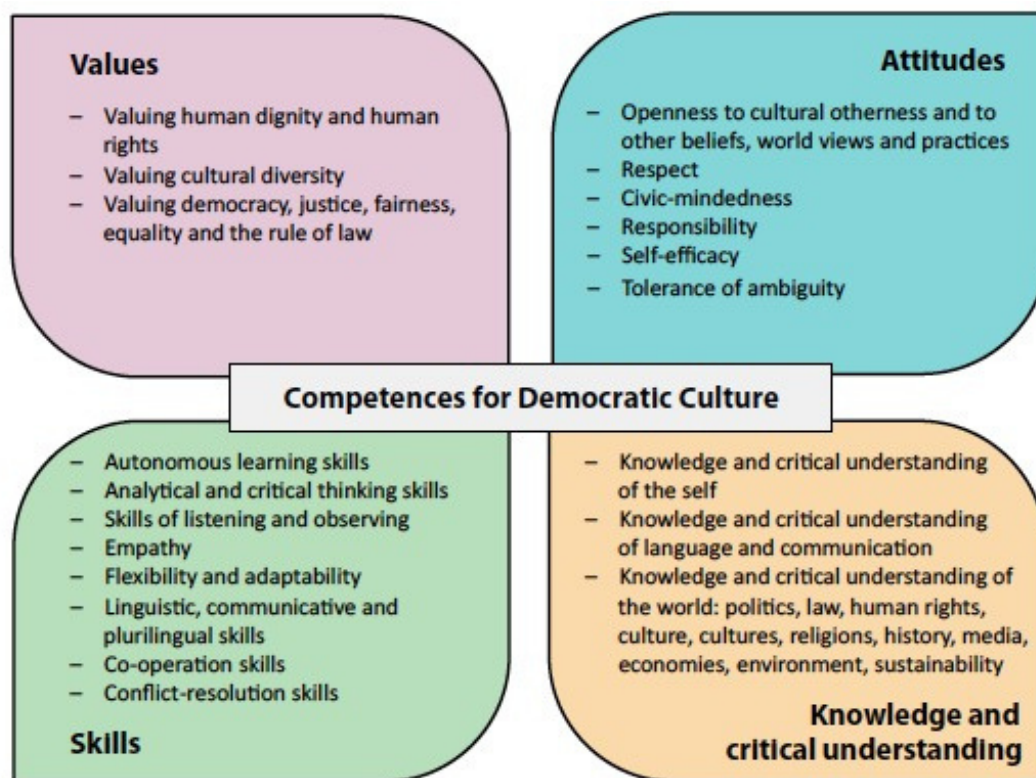
Važno je takođe napomenuti da se mladi ljudi mogu regrutovati/mobilisati da učestvuju u ekstremističkim pokretima, ali obrazovanje može imati inhibirajući efekat na radikalizaciju, kada se građansko vaspitanje pravilno podučava



Digitalni građanin i odgovornosti

Prema Komitetu ministara Saveta Evrope, odgovoran građanin je „digitalni građanin“ koji savladava kompetencije za demokratsku kulturu:

- biti u stanju da se kompetentno i pozitivno angažuje sa digitalnim tehnologijama koje se razvijaju. Aktivno, kontinuirano i odgovorno učestvuje u društvenim i građanskim aktivnostima
- biti uključen u proces doživotnog učenja (u formalnom i neformalnom okruženju)
- biti posvećen kontinuiranoj odbrani ljudskih prava i dostojanstva



Izvor: Kompetencije za demokratsku kulturu

Da bi se na odgovoran i etički način učestvovalo u medijima, mora se biti svestan svojih prava i odgovornosti. Rasizam, ksenofobija, govor mržnje ili sajber maltretiranje su neki od najvidljivijih izraza štetnog ponašanja na društvenim medijima. U tom smislu, pitanje koje rezimira današnji izazov je: kako da izbegnemo prelazak granice između slobode izražavanja, privatnosti i prava vezanih za integritet? Deo odgovora je u etici, empatiji i ličnoj odgovornosti. Bilo da ljudi pišu postove, članke ili publikacije, dele slike ili video zapise, ili u potpunosti učestvuju u diskusijama na društvenim mrežama, ili da li su privatna ili javna ličnost, ili da li deluju u službenom svojstvu ili samo kao privatni građanin, etički uvek treba uzeti u obzir način delovanja. Štaviše, UNESCO-ova lista etičkih razmatranja (2015: 71) predlaže niz ideja o aktivnom i odgovornom angažmanu putem društvenih medija, preporučujući niz etičkih razmatranja u korišćenju medija, kao što sledi

Fokus na namernoj radnji, kao i ishode, namerne ili nenamerne.

- Razumevanje da upotreba interneta može imati pozitivne rezultate, ali takođe može biti zloupotrebljena ili namerno upotrebljena na načine koji krše standardne norme, kao što je nanošenje štete drugima
- Razmatranje da li su norme, pravila i procedure koje regulišu ponašanje na mreži zasnovane na etičkim principima usidrenim u ljudskim pravima i usmerenim na zaštitu sloboda i dostojanstva pojedinaca u sajber prostoru i unapređivanje pristupačnosti, otvorenosti, inkluzivnosti i učešća više zainteresovanih strana na internetu

Kako možemo bolje da komuniciramo?

Pogledajte TED govor „10 načina za bolji razgovor“ radio novinarke, Celeste Hedli. Dok gledate, zabeležite na papiru 10 strategija koje Hedli opisuje.



Nakon što pogledate video, razmislite o sledećim pitanjima:

- Šta je poznato? Da li vam je neka od strategija koje Hedli opisuje poznata? Da li ikada koristite ove strategije kada ste u razgovoru sa nekim?
- Šta je novo? Da li su vam neke ideje ili strategije nove ili strategije koje obično ne koristite? Možete li zamisliti da koristite ove strategije u budućim razgovorima? Zašto ili zašto ne?
- Da li mislite da su ove strategije korisne za bilo koju vrstu razgovora – uključujući razgovore o građanskim pitanjima? Zašto ili zašto ne?

STUDIJA SLUČAJA



Bill Schammert

@BillSchammert · [Follow](#)



Congrats on the title, but maybe don't shoot Herbie in the head with your tree mascot? (Pic: [@NCAAVolleyball](#) - deleted)



5:38 AM · Dec 16, 2018 from Lincoln, NE



Nakon utakmice NCAA nacionalnog prvenstva 2018. žensku odbojke, bili smo svedoci sjajne lekcije o tome šta ne treba raditi kada izveštavate o događaju u vašoj školi. Nekoliko minuta nakon što je utakmica završena, NCAA je tvitovala fotografiju sa zvaničnog naloga NCAA odbojke na kojoj je fotografija dve odbojkašice Stanforda koje trče u svlačionicu Stanforda držeći trofej. Međutim, u pozadini ove fotografije bila je slika na beloj tabli koja prikazuje maskotu Stanforda (drvo) koja pravi gest i upire pištolj u tim koji gubi, maskotu Nebraske. Slika je izbrisana nekoliko minuta kasnije i zamenjena olujom aktivnosti društvenih medija koja je započela od pojedinaca koji su pravili snimke ekrana i delili ih na mreži.

šta možemo naučiti iz ovog incidenta?

U nastavku su početni razgovori za nastavnike kada razgovaraju o ovoj studiji slučaja u učionici:

- Kako ste mogli da podelite ovu sliku bez stvaranja sukoba?
- Ko je odgovoran za stvaranje sukoba? (Fotograf, menadžer društvenih medija iz NCAA, umetnik bele table, igrači Stanforda, treneri?)
- Kako ova slika utiče na Stanford i igrače na fotografiji? Mislite li da bi igrači na fotografiji bili ponosni na ovu fotografiju?
- Kakvo nasleđe ova fotografija ostavlja za sobom?
- Kako ćete koristiti ovu studiju slučaja za kreiranje smislenog sadržaja?

Izvor: <https://classintercom.com/blog/case-study-digital-citizenship-and-sportsmanship/>

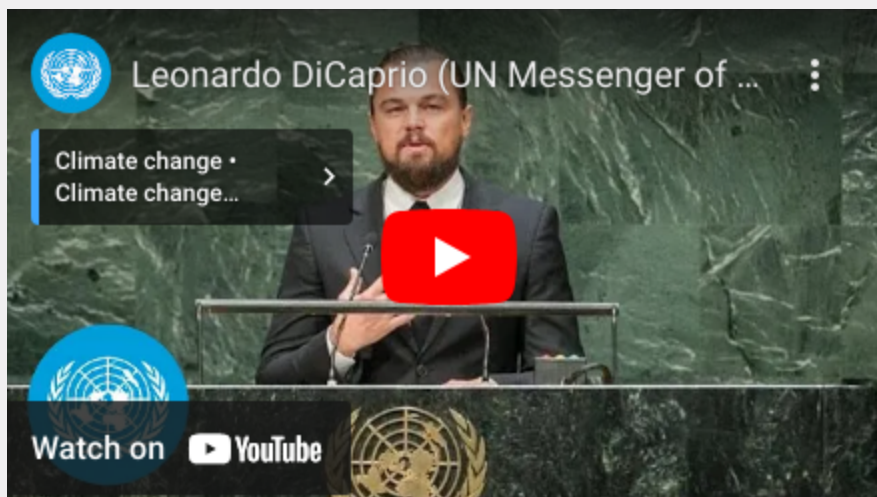


Kako izgledaju dobre i ne tako dobre onlajn diskusije o građanskim pitanjima?

1

Na Samitu Ujedinjenih nacija o klimi 2014. u Njujorku, glumac Leonardo Dikaprio je izneo uvodne reči u kojima je naglasio važnost rešavanja klimatskih promena kroz politike i zakone.

Zatim pročitajte sledeću nit komentara sa Jutjub video snimka Dikapriovog govora.



2

Zatim pročitajte jedan od sledećih postova na Glasovima mladih, platformi za diskusiju mladih o građanskim pitanjima. Postovi govore o relevantnim pitanjima kao što su vakcine protiv COVID-19, rasizam i nejednakost u Sjedinjenim Državama. Uzmite u obzir komentare koji su uključeni ispod članaka, pored samog originalnog posta.

- Protecting Children From COVID
- Aren't We All the Same
- America Means Inequality

3

Primeri - tumači - poveži

Radeći u parovima, zamolite učenike da obrate pažnju na specifične karakteristike komentara u nitima Jutjuba i Glasova mladih; tumače moguće namere i uticaje ovih razmena; i uspostavljaju veze sa sopstvenim iskustvima.



Za svaki korak naveden u nastavku postoje konkretna pitanja koja treba istražiti.

Primeti:

- Šta vam se isticalo ili šta ste primetili kada ste pročitali svaku nit komentara?
- Kako biste opisali ton komentara?
- Izaberite po jednog komentatora iz svake teme i primetite KAKO su podelili svoje ideje i odgovorili na ideje drugih. Imenujte komentar „pokreti“ koje vidite. [Pod pokretima podrazumevamo konkretne stvari koje su uradili u svojim komentarima - na primer: postavili pitanje, naveli statistiku ili činjenicu, podelili uverenje ili vrednost.]

Tumači:

Razmotrite namere i uticaje: Uzimajući u obzir iste komentatore, šta mislite koje bi mogle biti njihove namere ili motivacije? Šta te tera da to kažeš?

Koji su mogući uticaji svake razmene na učesnike?

Koji su mogući uticaji na čitaoce teme koji ne komentarišu?

<https://www.digitalcivicstoolkit.org/dialogue-question-2-activity-1>

Poveži:

Možete li da uspostavite bilo kakvu vezu između onoga što ste pročitali u ovim temama i onlajn diskusijama u kojima ste bili deo ili koje ste videli na svojim društvenim mrežama? Opišite.

Izvor: Digital Civic Tool

Kako učestvovati i voditi kampanju – nekoliko korisnih saveta



Naučite o temi kojom se bavite i uverite se da su vaši argumenti zasnovani na stvarnosti i potkrepljeni činjenicama.

Budite osetljivi i slušajte druge, utirući put konstruktivnom i odgovornom dijalogu.

Delujte otvoreno, razvijajući različite vizije, budite proaktivni, poštujući ljudsko dostojanstvo i pravičnost, prateći, na primer, Dóchas Code of Conduct, koristan alat za NVO.

Započnite kampanju koja ima za cilj podizanje svesti među kreatorima politike; definisanje glavnih ciljeva, ciljnih grupa, vremenskog okvira i potrebnih resursa; i stalno praćenje toga i njegovih rezultata. Dobri primeri onlajn kampanja su Amnesty International kampanje, prikupljanje novca za pošumljavanje rečnih obala i pomoć pri premeštanju divljih životinja na reci Nil u Ugandi, Hajde da pričamo o tome, i Ne govoru mržnje.

Uključite političke predstavnike/donosioce odluka relevantne za vašu stvar/problem, pozovite ih jer će oni dati vidljivost vašoj kampanji (na primer, putem medija i javnih događaja), u okviru lokalnih parlamenata/radnih grupa/veća ili drugih tela, osim što će privući potencijal donatori ili sponzori.

Uključite influensere/digitalne aktiviste/Jutjubere/blogere (video-blogere) u kampanju, imajući na umu njihovu stručnost, njihov uticaj i njihovu ozloglašnost među vašom ciljnom publikom. Obično su to pojedinci sa visokim dometom na platformama društvenih medija. Oni mogu postati redovni gosti vaših događaja ili čak ambasadori vašeg cilja.

Takođe možete da kreirate onlajn peticiju nezavisno od geografskog nivoa vaše kampanje, na primer, istražujući primere i alate dostupne na sledećim veb lokacijama:

<https://petition.parliament.uk/help>

<https://petiport.secure.europarl.europa.eu/petitions/en/home>

e <http://ec.europa.eu/citizens-initiative/public/welcome>

<http://www.citizens-initiative.eu/about/the-eci-campaign/>

<https://www.change.org/about>

Izvor: ©Council of Europe

Dalje aktivnosti

-Pogledajte Arapsko proleće, koje je zanimljiv primer o moći aktivnih i posvećenih ljudi, kao i moći društvenih medija i drugih medija. Pokušajte da otkrijete glavne faktore koji su čitavu pojavu učinili toliko značajnim.

-Pronađite slučaj na društvenim mrežama, forum za diskusiju ili odeljak za komentare u novinskom članku gde je neko jasno izrazio etički i poštovan način postupanja. Koji su znaci etičnosti i poštovanja?

-Odaberite staru ili tekuću kampanju i istražite je. Rekonstruišite kampanju i pokušajte da otkrijete sledeće: vlasnika kampanje, ko je finansira, cilj kampanje, kanale i ciljnu grupu.

Dalji resursi

Knjiga: Boud D. & Feletti G. (eds.) (1997), *The Challenge of Problem-based Learning* (2nd edn), Routledge, London.

Studija: Council of Europe (2018), *Internet and electoral campaigns – Study on the use of internet in electoral campaigns*.

Izveštaj: UNESCO (2015), *Keystones to foster inclusive Knowledge Societies –Access to information and knowledge, Freedom of Expression, Privacy, and Ethicson a Global Internet*.

Više saveta: Kaakinen M. (2018), "Disconnected online: a social psychological examination of online hate".

Više saveta: Knowhow Nonprofit. (2017.) *How to run a campaign using social media*.

Više saveta: NCVO Knowhow. (2018). *What is campaigning?*

PART IV

RADIONICE

VEŽBANJE





Uvod



Trajanje
25-30 minuta



Potrebni materijali
Obezbedite udobno okruženje
za učesnike da se kreću i
razmenjuju ideje



Veština medijske
pismenosti
učenje novog
rečnika

Ciljevi aktivnosti

1. Učesnici će razmišljati o posebnom značenju ovih pojmova u digitalnoj eri.
2. Oni će razumeti da se pismenost i medijska pismenost (i digitalna medijska pismenost) razlikuju u različitim zajednicama i da neke grupe mogu biti „izostavljene“ od drugih.
3. Oni će definisati parametre sopstvene trenutne upotrebe digitalnih medija.
4. Oni će razgovarati i ceniti neke od prednosti i nedostataka mogućnosti brzog pristupa informacijama iz toliko različitih izvora u digitalnoj eri.
5. Oni će podeliti ideje o značenju „pismenosti“ i „medijske pismenosti“

Opis aktivnosti:

Ice-Breaker:

“Ice-Breaker”: Facilitator poziva sve učesnike da stanu i učestvuju u kratkoj aktivnosti „šetnje nogama“ kako bi ih pokrenuli da razmišljaju o sopstvenoj upotrebi medija i različitim konceptima koji će biti pokriveni.

Facilitator kaže: Pre nego što počnemo, molimo vas da svi ustanete i učestvujete u aktivnosti o građanskom životu u 21. veku. Molimo poslušajte sledeće izjave. Ako je izjava tačna za vas, napravite jedan korak napred.

Na kraju svakog kruga (posle svake izjave), učesnici treba da se vrate na svoja prvobitna mesta.

Primer izjava:

- Napravite jedan korak ako imate (pristup) računar—laptop, tablet ili mobilni telefon sa pristupom internetu
- Napravite korak napred ako imate Fejsbuk nalog
- Napravite jedan korak ako imate Tviter nalog
- Napravite jedan korak ako imate nalog na Instagramu
- Napravite korak napred ako imate Whatsapp nalog
- Napravite jedan korak ako ste ikada čitali vesti na mreži
- Uzmite jedan ako ste ikada primetili nešto netačno u vestima
- Napravite korak napred ako ste ikada pratili Hešteg
- Napravite korak napred ako ste ikada napravili mim
- Napravite korak napred ako ste ikada delili informacije na mreži sa više od dve osobe istovremeno

Korak 1: Facilitator postavlja otvorena pitanja kako bi uveo koncept medijske pismenosti u digitalnu eru i podstakao učesnike da izraze sopstvene ideje i brige. (Prihvatite sve ideje osim ako su 100% lažne.)

1. Šta mislite da znači biti „pismen“?

(Da li ste svi pismeni? Da li su svi u vašoj zajednici pismeni? (Ako nisu, ko je „izostavljen“ — godine, pol, socioekonomska ili etnička grupa?)

2. Kako u vašoj zajednici može biti nedostatak što niste pismeni?

3. Šta je po vašem mišljenju „medijska pismenost“?

(Da li svi smatrate da imate „medijsku pismenost“? Da li mislite da su svi u vašoj zajednici medijski pismeni? Ako ne, ko je „izostavljen“ — godine, pol, socioekonomska ili etnička grupa?)

4. Mislite li da „medijalna pismenost“ znači nešto posebno sada kada su internet i društveni mediji postali toliko važni? (tj. „digitalna medijska pismenost“) (Da li mislite da ste „medijski pismeni“? Zašto/zašto ne?)

5. Kako u vašoj zajednici može biti nedostatak što niste medijski pismeni?

Koncepti koje treba tražiti: Ako učenici sami ne smisle nekoliko dole navedenih primera, postavite i nekoliko sugestivnih pitanja. (Na primer, za broj 3, „Da li je ikada teško znati kojim izvorima verovati? Zašto?“)

6. Najjednostavnije značenje pismenosti je „znati čitati i pisati“. (Radi se o veštinama. To takođe može da podrazumeva znanje ili razumevanje.)

7. Medijska pismenost znači znati kako pristupiti, analizirati i kreirati medije. Medijska pismenost zahteva kritičko razmišljanje. To uključuje sposobnost da osudite ili procenite ono što nađete u medijima.

8. Različiti uzrasti, polovi ili podgrupe zajednice koje nisu pismene – ili medijski pismene, ili digitalno medijsko pismene – verovatno će više zavisiti od drugih i biti manje osnažene u društvu, iz mnogo razloga.

9. U digitalnoj eri, „mediji“ se veoma razlikuju od samo TV-a, radija i novina:

- Možete dobiti informacije vrlo brzo.
- Možete ga dobiti iz mnogo različitih izvora.
- Ponekad vam „dođe“ a da ga niste ni tražili (npr. reklame ili odabrane vesti koje se pojavljuju na vašem digitalnom uređaju).
- Može biti teško znati kojim izvorima verovati jer ih ima toliko.
- Možete da delite i kreirate poruke u digitalnom svetu, a ne samo da ih primete. U digitalnom svetu više nismo samo „publika“ za medije.

Korak 2: Po vašem mišljenju, da li je dobro ili loše što u digitalnom svetu možemo brzo da dobijemo informacije iz toliko različitih izvora?

(Uverite se da učesnici smisle nekoliko dobrih stvari o proliferaciji medijskih izvora i brzini pristupa, kao i nekoliko loših/opasnih.)

Korak 3: Facilitator objašnjava: Danas i u narednim nedeljama započecemo seriju sopstvenih eksperimenata da bismo razvili našu digitalnu medijsku pismenost. Imaćete priliku da razvijete neke nove veštine, koristeći neke nove onlajn alate. Što je još važnije, sve aktivnosti imaju za cilj da nas navedu da više razmišljamo o nekim pitanjima o kojima smo danas razgovarali.

Alternativno zagrevanje, uvodna aktivnost:

Korak 1: Na osnovu veličine grupe, izaberite tri do šest reči koje predstavljaju važne teme vezane za ML i GE i napišite svaku od njih na sredini posebnog lista papira, ostavljajući većinu površine slobodnom. Neke ideje za upotrebu reči: mediji, novinar, vesti, istina, činjenica, masovni mediji, televizija, društveni mediji, dnevni red novina, urednik, blogger, kreator mišljenja, dezinformacija, stereotip, pristrasnost. Napravite ostrva u prostoriji tako što ćete papire staviti na pod ili na stolove, ostavljajući prostor oko svakog papira tako da više učesnika može da im priđe u isto vreme.

Korak 2: Predstavite okruženje sobe i zamolite učesnike da pojedinačno šetaju prostorijom, u tišini. Recite im da: priđu različitim radovima u nasumičnom redosledu i napišu ili nacrtaju na njima bilo koju asocijaciju, komentar ili pitanje koje imaju u vezi sa ovim konceptom ili temom; komentariše bilo šta što je na papiru, znači glavni koncept, ali i komentare i pitanja drugih učesnika; pređite na sledeći rad kada budu gotovi.

Korak 3: Nakon nekog vremena, kada nekoliko ideja bude napisano/nacrtano na svakom papiru, pozovite učesnike da se vrate na listove na kojima su već bili i vide da li ima nekih novih komentara drugih na koje žele da reaguju. Neka nastave da pišu još nekoliko minuta.

Korak 4: Kada se papiri popune ili imate osećaj da su učesnici izrazili većinu onoga što su imali da kažu, zamolite ih da uzmu po jedan marker i ponovo obidu papire, ovog puta sa zadatkom da istaknu šta odjekuje ili je relevantno za ih na svakom radu u vezi sa temom. To može biti fraza, reč, crtež, pitanje ili ceo esej.

Korak 5: Postavite papire u centar sobe i pozovite učesnike da sednu oko njih. Razgovarajte o svakom konceptu jedan po jedan. Možete postaviti sledeća pitanja ili izmisliti svoja:

Šta se čini kao glavno shvatanje grupe o ovoj temi?

Ima li komentara na listovima koje treba pojasniti?

Možete li zamisliti situacije ili okolnosti u kojima bi ovo razumevanje koncepata bilo pogrešno?



Verovati ili ne verovati



Trajanje
25-30 minuta



Potrebni materijali
šaka dugmadi ili novčića;
obrazac, koji pokazuje
različite reči o savremenim
medijima (vidi aneks), linija
pouzdanosti



**Veština medijske
pismenosti**
veštine informacione
pismenosti, otkrivanje
lažnih vesti i
dezinformacija, razvoj
kritičkog mišljenja

Ciljevi aktivnosti

1. Učesnici uče da postanu svesni važnosti efikasnog pristupa informacijama i kritičke i kompetentne evaluacije informacija.
2. Oni će steći rečnik u smislu informatičke pismenosti i razumeće razlike između dezinformacija i lažnih vesti.
3. Razvijaće i održavati kritički način razmišljanja.

Opis aktivnosti:

STEP 1: Grupa se pita odakle traže informacije. Ako prate vesti, koji su to mediji koje koriste? Koja je tema nedavno bila najzanimljivija/šokantnija/dirljiva?

STEP 2: Najpre se članovima grupe daju pregršt dugmadi i formular koji pokazuje različite reči o savremenim medijima, uglavnom o stvarima koje su pogrešne. Učesnici stavljaju dugme na svaku od reči koja im je poznata. Kada svi stave svoje dugme, biće rasprava o značenju terminologije.

STEP 3: Na sledećem zadatku na stolu je linija pouzdanosti. Jedna po jedna grupa dobija karticu koja ima izvor informacija. Učesnici pokazuju gde bi postavili izvor prema njegovoj pouzdanosti. Ako u grupi postoje različita mišljenja, vođa stavlja kartu kompromisno negde između.

STEP 4: Može doći do diskusije odmah nakon stavljanja kartice ili kada se sve karte stave u red. Položaj kartica se kasnije može promeniti. Mladi se pitaju zašto su odlučili da stave karte na određena mesta. Kakvi su to izvori? Koje radio stanice slušaju ili koje uticajne osobe na društvenim mrežama prate? U ovoj vežbi nema tačnih i pogrešnih odgovora.

STEP 5: Ako ima vremena, grupi se daju lažne vesti (pogledajte anekse) o povećanju mesa u školskom meniju. Mladi pokušavaju da otkriju tragove koji ukazuju na to da je članak lažan.



Odglumiti -Uočite lažne vesti



Trajanje

25-30 minuta



Potrebni materijali

Telefon



Veština medijske pismenosti

veštine informacione pismenosti, otkrivanje lažnih vesti i dezinformacija, razvoj kritičkog mišljenja

Ciljevi aktivnosti

1. Učesnici postaju svesni važnosti efikasnog pristupa informacijama i kritičke i kompetentne evaluacije informacija.
2. Oni će razumeti kako i zašto se stvaraju i šire lažne vesti.
3. Biće u stanju da kritički analiziraju informacije.

Opis aktivnosti:

Korak 1: Zamolite učesnike da odu na zajedničku zatvorenu/privatnu Fejsbuk grupu koju treba da razvijete za sesiju radionice. Svaki od njih će napraviti anketu u grupi, sa pitanjem: Šta su lažne/netačne informacije o meni? Pojedinačna anketa će uključiti tri činjenice o učesniku koji je kreira, dve su istinite činjenice, a jedna lažna činjenica. Kada se kreiraju sve ankete, ostali učesnici glasaju birajući činjenicu za koju misle da je lažna.

Korak 2: Razmotrite aktivnost tako što ćete pitati učesnike kako su odabrali lažne činjenice o drugim učesnicima; govore o načinima na koje su mogli da istraže da li su navedene činjenice istinite ili lažne.

Korak 3: Prebrojite koliko su lažnih činjenica tačno identifikovali učesnici. Zaključite sa glavnom idejom da informacije uvek treba proveravati i vrednovati, i kritički analizirati, a nikada ih ne prihvatati onakve kakve dolaze, onako kako su date. Takođe, učinite učesnike svesnim da kada neko odluči šta je tačno, a šta netačno bez provere ili kritičke analize informacija, može biti „žrtva“ svojih uverenja, vrednosti, stereotipa itd. i pristrasan u dobijanju informacija.

Korak 4: Razgovarajte sa učesnicima o tome kako lažne/netačne informacije mogu uticati na naše živote. Zamolite ih da daju konkretne primere.

Napomena za facilitatora:

Ako ostane vremena, evo dodatne aktivnosti:

Proizvesti lažne vesti

Korak 1: U ovom koraku, učesnici moraju da izaberu temu lažnih vesti koje žele da naprave (naučne, političke, itd.). Facilitator takođe može predložiti teme ili specifične teme.

Korak 2: Kada odaberu temu, učesnici moraju pronaći vesti i argumente da iskrive tu vest. Na primer, mogu pronaći članke o svojoj temi i izvući određene izjave iz konteksta, izvrnuti ih itd.

Korak 3: Da bi proizveli lažnu vest, učesnici mogu da prate tipičan obrazac lažnih vesti:

- Priča mora biti iznenađujuća i/ili šokantna.
- Znajte na koga želite da ciljate, čiju pažnju želite da privučete.
- Kada su u pitanju vizuelni aspekti, učesnici mogu jednostavno da napišu članak u Microsoft Word-u ili da koriste generator lažnih vesti da bi članak izgledao „prijateljski za medije“. Evo nekoliko linkova: <https://breakyourownnews.com/>, <https://www.thefakenewsgenerator.com/>, <https://www.worldgreynews.com/add-news>.

Korak 4: Predstavite i procenite: Svaka grupa naizmenično predstavlja svoju lažnu vest ili delove. Ostali učesnici daju svoje mišljenje.

Korak 5: Nastavnik zapisuje zapažanja učenika na tabli. Na kraju ovog dela, učenici koriste beleške nastavnika na tabli da identifikuju karakteristike lažnih vesti koje se ponavljaju. Zatim nude objašnjenja lažnih vesti, kako one funkcionišu, njegove ciljeve i uticaj koji deljenje lažnih vesti može imati.

Studija sa Tehnološkog instituta Masačusetsa (MIT) otkrila je da se lažne vesti šire brže, dalje i dublje od stvarnih vesti na Tviteru. Zvona za uzbunu zvone kada je reč o otkrivanju lažnih vesti, koje utiču na verske, etničke i rasne grupe. Ima li boljeg načina da pokažete mladima koliko lažne vesti mogu biti štetne i diskriminatorne nego da ih sami kreiraju? Na osnovu umetničke kreativne metodologije koju je razvio Augusto Boal, učesnici istražuju masovne medije i njihove poruke. Dok to rade, mogu razmišljati o medijskim reprezentacijama i stereotipima.



30-35 minuta



Gomila raznih novina, magazina, flajera itd.
Što je više i raznovrsnije, to bolje. Makaze,
lepak, A3 list/flip Čart papir po grupi



veštine informacione
pismenosti, otkrivanje
lažnih vesti i
dezinformacija, razvoj
kritičkog mišljenja

1. Da podignemo svest o stereotipima koje imamo i da dobijemo jasno razumevanje o tome kako stereotipi funkcionišu.
2. Da dobijemo kognitivne alate za prepoznavanje i dekonstruisanje stereotipa.
3. Da podignemo svest o efektima koje masovni mediji imaju na naše poglede i na način na koji razumemo svet.

Korak 1: Podelite učesnike u grupe od pet do sedam. Stavite materijal na pod i pozovite učesnike da sednu oko njega (čak i na podu). Recite učesnicima da će pripremiti predstavu na osnovu onoga što im je zanimljivo u ovim novinama i časopisima.

Korak 2: Zamolite ih da iseku različite delove radova koji su im na neki način značajni ili, ako postoji opšta tema za predstavu, delove za koje smatraju da su relevantni za temu. To je lični sud; ne postoji ispravno ili pogrešno. Obično svaki učesnik sam radi ovaj deo kako bi, kao grupa, prikupio više tekstova.

Korak 3: Kada sakupe dovoljno teksta, pozovite ih da počnu da ga organizuju na A3 ili flip čart papiru. Pojaviće se neke veze - zajednička tema, odgovor, neka ironija ili kontradikcija. Kada im se sviđa sekvenca, mogu da zalepe delove na veliki list.

Korak 4: Zamolite učesnike da kreiraju dijaloge od ovih tekstova, da ih obogate pokretima, a zatim da ih odglume – i njihova predstava je spremna! Oni mogu sakupljati kostime, rekvizite i muziku kako bi ojačali poruku. U ovoj fazi, oni takođe mogu da koriste različite tehnike čitanja kako bi poboljšali poruku, kao što su preterivanje, ironija ili čitanje teksta koristeći tempo pesme ili govora. Na kraju grupa može da revidira tekst i doda još nešto ako je potrebno – ali obično nije.

Korak 5: Ostavite dovoljno vremena grupi za probu. Savetujte ih da ne pričaju previše o tome šta bi radili, već da to urade, vide kako je i onda to promene ako je potrebno.

Korak 6: Na kraju grupe izvode svoje predstave uz mogućnost uključivanja učesnika iz drugih grupa.

Korak 7: Razmotrite vežbu tako što ćete prvo postavljati pitanja gledaocima:

Šta si upravo video?

O čemu je bila predstava?

Da li mislite da je to bila fer i uravnotežena interpretacija?

Kako možete povezati ono što ste upravo videli sa svojim životom?

Nakon toga, zamolite grupu koja je pripremila predstavu da reaguje na komentare:

Koja je bila poruka koju ste želeli da pokažete?

Šta ste saznali istražujući novine?

Da li ste primetili razlike ili sličnosti između novina? Zašto? Kako ovo menja vaše razumevanje priča?

Napomena za facilitatora:

Omogućite grupi da se dogovori o temi na kojoj će raditi pre nego što pređete na vežbu.

Ako imate više vremena, poradite sa grupom na estetici predstave (odnosno kostimi, muzika i pozadina).

Imajte na umu da odabirom vrste novina i časopisa na određeni način usmeravate vežbu.



Modul II: Aktivnost I

Vizuelni uticaj

Vizuelni uticaj može delovati kao oružje za povećanje mržnje ili straha, ali takođe može snažno da se suprotstavi negativnosti. Vizuelni prikazi su takođe lak način da pozovete druge da ustanu i deluju kao građanski angažovani – prenoseći poruku ljubavi, jednakosti i različitosti u društvu. Sledeće aktivnosti se fokusiraju na vizuelni uticaj i različite načine učešća u javnom razgovoru korišćenjem vizuelnih elemenata kao što su mimovi, fotografije i slike.



Trajanje

25-30 minuta



Potrebni materijali

Telefon, aplikacije za pravljenje mima



Veština medijske pismenosti

Vizuelni uticaj

Ciljevi aktivnosti

1. Učesnici će razumeti načine na koje slike utiču na ljude i zašto se tako lako može uhvatiti u zamku vizuelnim udicama.
2. Naučiće nove načine igre i zabave uz vizuelne sadržaje u različitim društvenim i tekstualnim okruženjima.
3. Razumeće mehanizme širenja poruke i način na koji svako nosi odgovornost da proceni koji je sadržaj relevantan i uključuje poruku koju treba podeliti unapred.

Opis aktivnosti:

Korak 1: Kao uvod pogledajte video da biste razumeli šta je mim zapravo
<https://www.canva.com/design/DAFAp6quvEA/watch>

Korak 2: Učesnici pronalaze sliku vezanu za fudbal ili slikaju sebe/njihovu grupu, stvarajući scenu na terenu.

Korak 3: Zatim ga učitavaju u svoj uređaj i dodaju željeni tekst na sliku. U idealnom slučaju, oni dele svoj mim na platformi.

Korak 4: Pitajte učesnike koji predmet im je najinteresantniji? Zašto je to? Zašto misle da su ovi mimovi stvoreni? Kakav je odnos između slike i teksta? Koji su „problemi“ predstavljeni u ovim mimovima?



Korak 4: Snimate fotografiju izbliza tako što ćete je još više izrezati. Koji detalj želite da pogledate bliže? Kakva je to priča? Napravite natpis fotografije iz trećeg ugla.

Korak 5: Nakon praktičnog dela predstavite sadržaj publici (na primer koristeći Canva ili Sway). Pogledajte kako se poruka menja u zavisnosti od toga šta se vidi, a šta ostaje neviđeno.

Korak 6: Delite svoje kreacije u grupi i diskutujte o tome kako su se poruke menjale usput kada ih isečene drugačije. Kako je isecanje uticalo na poruku slike?

Korak 7: Čija se poruka prenosi na različitim kanalima u društvenim medijima ili u vestima? Koja su etička pitanja u vezi sa objektivnošću u kadriranju i pričanju vizuelnih priča?



Modul II: Aktivnost III

Povodljive slike

U brisanju granica između kreacije i kritike učesnici će naučiti kako da se poigraju sa vizuelnim sadržajem, ali i kako da podstaknu razgovor o društveno relevantnim temama. Cilj je pokazati duhovite načine vizuelnog uticaja kako bi se pojačala kritička mišljenja kojima su mladi izloženi.



Trajanje

25-30 minuta



Potrebni materijali

Telefon, aplikacije za pravljenje mima



Veština medijske pismenosti

Vizuelni uticaj

Ciljevi aktivnosti

1. Učesnici će naučiti nove načine igre i zabave uz vizuelni sadržaj u različitim društvenim i tekstualnim okruženjima.
2. Oni će razumeti mehanizme širenja poruke i način na koji svako nosi odgovornost da proceni koji je sadržaj relevantan i uključuje poruku koju treba podeliti unapred.

Opis aktivnosti:

Korak 1: Pokažite učesnicima primere umetničkih mima. Pitajte o značenju i/ili poruci mima. Takođe: pitajte kako se teme kao što su rodna (ne)jednakost, diskriminatorno ponašanje, govor mržnje itd. mogu obrađivati kroz umetničke mimore?

Pokažite neke primere iz Google pretrage slika.

STEP 2: Zamolite učesnike da izaberu 2-3 klasične slike / umetnička dela koja žele da osveže i da ih predstavljaju iz nove i zanimljive perspektive. Oni mogu pronaći slike sa www-stranici svoje nacionalne galerije ili mogu koristiti ove:

<https://www.kansallisgalleria.fi/en> (Nacionalna galerija Finske)

<https://www.nga.gov/> (Nacionalna galerija umetnosti u Engleskoj)

Korak 3: Zamolite ih da se pozabave pitanjima kojima žele da se pozabave na fudbalskom terenu. Oni mogu koristiti klasične slike kao sredstvo za prenošenje svoje poruke: kako prevazići predrasude, diskriminatorno ponašanje, jezik, rodna pitanja. Zamolite ih da koriste humor kako bi preneli svoju poruku.

Korak 3: Učesnici diskutuju i postavljaju jedni drugima pitanja o svojoj mim umetnosti. Koja je njihova poruka? Kako bi slika i tekst pomogli da se poruka prenese?

Maltretiranje na mreži

MLADE LJUDE posmatramo ne samo kao potrošače medija, već i kao medijske kreatore. Svaka mlada osoba je kreator informacija i ima poruke za slanje, preko raznih platformi, najčešće, putem društvenih mreža. Takođe, smatramo da je njihovo osnaživanje da pristupe novim informacijama i znanju i da se izraze ključni preduslovi funkcionalnog demokratskog društva. Da bi na odgovoran i etički način učestvovao u medijima, mora biti svestan svojih prava i odgovornosti. Rasizam, ksenofobija, govor mržnje ili sajber maltretiranje su neki od najvidljivijih izraza štetnog ponašanja na društvenim medijima. U tom smislu, pitanje koje rezimira današnji izazov je: kako da izbegnemo prelazak granice između slobode izražavanja, privatnosti i prava vezanih za integritet? Deo odgovora je u etici, empatiji i ličnoj odgovornosti. Cilj aktivnosti je da se skrene pažnja na ove kvalitete.



Trajanje

30-35 minuta



Potrebni materijali

maltretiranje na mreži (videti anekse),
markeri



Veština medijske pismenosti

da nauče da kritički analiziraju
tekstove i komentare postavljene
na internetu; da saznaju kako
uticaj pojedinačnih tekstova može
uticati na druge korisnike Interneta

Ciljevi aktivnosti

1. Učesnici će biti svesni i naučiti o etičkim pitanjima u vezi sa pristupom i korišćenjem informacija.
2. Naučiće o mogućim posledicama govora mržnje.
3. Biće u stanju da prepoznaju govor mržnje i koriste neke metode prijavljivanja/borbe protiv govora mržnje na mreži.
4. Učesnici će znati definiciju govora mržnje.

Opis aktivnosti:

Korak 1: Zamolite učesnike da podele svoja razmišljanja o sledećem (neka jedan učesnik odgovori na jedno pitanje):

1. Šta je govor mržnje i odakle dolazi?
2. Gde je granica između slobode govora i govora mržnje?
3. Kako su stereotipi povezani sa govorom mržnje? Prikaži video "Kao devojka"
<https://ej.uz/likeagirl>
4. Kako stereotipi mogu dovesti do nasilja i mržnje?

Pitajte učesnike da li su ikada iskusili/suočili se sa sličnim (rodnim) stereotipima?

Korak 2: Zatim podelite olovku i papir učesnicima i zamolite ih da pišu 2 minuta bez prestanka (bez spuštanja olovke) o „empatiji“. Objasnite da nema pravila, oni mogu slobodno da pišu o temi, to može biti pesma, nasumične misli, definicija, čak i crtež. Posle dva minuta pitajte da li ima volontera koji žele da podele svoj rad.

Korak 3: Ispostavilo se da je Tilei, subjektu ove vežbe, potrebna empatija. Tile je mlada devojka koja je dve godine snimala video snimke na (izmišljenoj) video platformi Muutube. U svojim video snimcima obično priča o svom uobičajnom danu. Sada je dobila novi telefon koji uvodi u svoju sobu. Nažalost, uskoro će dobiti neke zaista neprikladne komentare o svom videu.

Korak 4: Svaki član grupe dobija marker i laminiranu formu vežbe. Bilo bi dobro da se formular obloži na primer papirom. Ova vežba se fokusira na suočavanje sa emocijama i svačijom ličnom odgovornošću. Postoji diskusija u grupi, ali važniji cilj je da se učesnici nateraju da razmišljaju sami i što je moguće iskrenije. Učesnicima je dato vreme da se upoznaju sa formom.

Korak 5: Grupi je prikazana prva stranica Tileinog videa i nepristojni komentari o njenim zubima i posteljini. Svako označava na delu sa emocijama u formularu kako se ONI osećaju povodom komentara koje je Tile dobila. O oznakama se ne raspravlja. Sa grupom se vodi diskusija o tome zašto je Tile dobila ovakvu vrstu komentara i zašto ljudi uopšte pišu ovakve stvari jedni drugima na mreži.

Korak 6: Grupi se prikazuje sledeća stranica komentara, koji postaju još ličniji. Opet, svako obeležava svoje emocije. O oznakama se ne raspravlja. Razgovara se o različitim ulogama u maltretiranju i o tome kako je ono podjednako štetno i pogrešno u životu i na mreži. Kakve su uloge postojale među komentatorima?

Korak 7: Na obrascu za vođe nalaze se pitanja koja se postavljaju grupi. Svako u svom obliku označava kako bi reagovao u različitim situacijama.

Korak 8: Sledi poslednja stranica razgovora, koja se završava komentarom koji je čist govor mržnje. Grupa je upitana šta znaju o govoru mržnje i kako bi on mogao uticati na svoje mete. Na obrascu lidera ima nekih činjenica o tome.

Korak 9: Konačno, svi obeležavaju kako bi se TILE ISLAM osećala povodom komentara koje je dobila. Grupu pitaju da li znaju gde mladi ljudi mogu da dobiju pomoć – uživo ili onlajn – ako bi završili u ovakvoj situaciji. Na kraju, zapitajte se zašto je empatija ključna u borbi protiv govora mržnje.



Modul III: Aktivnost II

Zajednica finih građana!

Šta čini predstavu fer plejom? A šta čini igrača poštenim igračem? U ovoj aktivnosti učesnici će sami odlučiti i planirati program koji će se razvijati u njihovim zajednicama pod nazivom „Zajednica finih građana/igrača!“. Ideja je da morate da 'prevarite' učesnike da postanu mali diktatori, ograničavajući slobodu izražavanja ljudi i pristup informacijama



Trajanje

30-35 minuta



Potrebni materijali

A3 papir/flip chart za svaku grupu,
olovke/markeri



Veština medijske pismenosti

saradnja, kritičko mišljenje i
evaluacija

Ciljevi aktivnosti

1. Učesnici će biti svesni i naučiti o etičkim i pravnim pitanjima u vezi sa pristupom i korišćenjem informacija;
2. Razumeće odnose između slobode informisanja, slobode izražavanja i demokratije;
3. Biće u stanju da prepozna govor mržnje i koristi neke metode prijavljivanja/borbe protiv govora mržnje na mreži.

Opis aktivnosti:

Korak 1: Podelite grupu u timove od 5-6 učesnika. Svaki tim treba da smisli plan za program koji će se razvijati u njihovim zajednicama pod nazivom Zajednica finih građana!

Korak 2: Svaka ekipa treba da definiše skup pravila i ograničenja koja će naterati sve građane/fudbalere da se ponašaju, budu ljubazni jedni prema drugima itd (na terenu). Na primer, recite timovima da razmisle o tome o kojim temama/problemima će biti zabranjeno da govore u njihovoj zajednici, kako se niko ne bi uvredio; ili koje veb-sajtove/platforme društvenih medija treba ograničiti ili zabraniti, kako se ne bi dozvolilo da ljudi budu zli jedni prema drugima ili da šire lažne vesti, itd. Takođe, moraju da odluče kako će nametnuti ova pravila, tako da svi postaju dobar i fin građanin.

Korak 3: Svaki tim će predstaviti svoje planove za zajednicu finih građana! program.

Nakon što se odrade sve prezentacije, zamolite timove da se saosećaju sa građanima koji moraju da poštuju njihova pravila, kako će se osećati prema njima, kako će reagovati, koja su prava na ova pravila kršena, ako je to slučaj, itd.

Korak 4: Razmišljajte sa učesnicima o posledicama takvih idealnih projekata na ljudska prava ljudi, na demokratiju, slobodnu štampu itd.



Korak 3: Svaki tim predstavlja događaj na Fejsbuku i provokativne postove koji su kreirani.

Korak 4: Postavite učesnicima pitanja o tome kako treba da se bavi govorom mržnje na mreži:

1. Mislite li da ovakve izjave treba dozvoliti na internetu? Koji su argumenti za i protiv?
2. Da li mislite da bi trebalo da postoje različita pravila za „gore“ izražavanje mržnje? Da li nekog treba potpuno zabraniti?
3. Ako mislite da neke treba zabraniti, gde biste povukli crtu?
4. Koje druge metode možete da zamislite za rešavanje govora mržnje na mreži?
5. Kako biste reagovali kada biste na internetu pronašli ovakve primere govora mržnje?



Stablo sukoba

Postoji mnogo vrsta projekata dizajniranih da razviju kritičko mišljenje mladih i veštine rešavanja problema kako bi ih osnažili da istražuju teme i pitanja do kojih im je stalo. Uz odgovarajuću podršku, mladi ljudi mogu da se razviju kao kritički mislioci i postanu kreatori promena, stvarajući alternativne narative. Kritičko mišljenje i veštine rešavanja problema osposobljavaju mlade ljude da analiziraju i procene da li su informacije koje dobijaju, bilo od pojedinca ili organizacije, pravedne, poštene i istinite.



Trajanje

25-30 minuta



Potrebni materijali

flipčart papir, markeri, olovka, primer stabla



Veština medijske pismenosti

saradnja, kritičko mišljenje i evaluacija

Ciljevi aktivnosti

1. Omogućiti učenicima da razumeju konflikte analizirajući neke od uzroka i posledica.

Opis aktivnosti:

Korak 1: Razmislite sa učenicima o nekoliko primera sukoba koji se dešavaju na fudbalskom terenu/društvenim medijima. Napišite odgovore na tabli ili papiru i pomozite da se odgovori kategorišu u različite tipove.

Korak 2: Organizujte učenike u grupe od pet do šest osoba i svakoj grupi dodelite drugačiji sukob za raspravu. Uverite se da sukobi ne budu previše osetljivi i da diskusija neće dovesti nikoga od učenika u tešku situaciju.

Korak 3: Predstavite stablo konflikta koristeći primer. Stablo konflikta je grafički alat koji koristi sliku stabla za sortiranje ključnih problema sukoba. Ovaj alat se najbolje koristi u grupi, a ne kao "individualno" vežbanje. U mnogim sukobima, postojeće niz mišljenja o pitanjima, kao što su:

- a. Šta je suštinski problem?
- b. Koji su nama vidljivi efekti ovog problema?
- c. Koji su osnovni uzroci? Šta je izazvalo problem?

Korak 4: Zamolite svaku grupu da nacrtá sliku stabla, uključujući korenje, deblo i grane, na velikom listu papira.

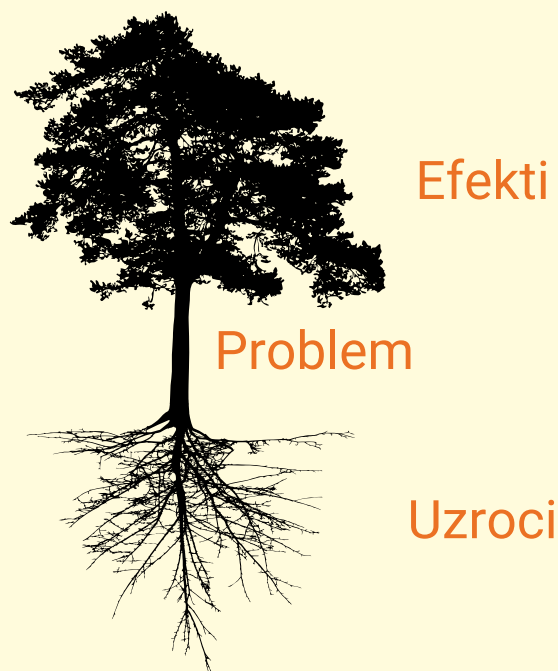
Korak 5: Zamolite grupe da razgovaraju o sukobu koji su im dodeljeni da dopune stablo na sledeći način:

1. Da na stablu napišu ono za šta se slažu da je suštinski problem vezan za sukob.
2. Da na granama napišu sve vidljive aspekte sukoba za koje misle da jesu posledice sukoba.
1. Da na korenju napišu sve osnovne uzroke sukoba koje oni identifikuju. Identifikovani osnovni uzroci pomaže da se pogledaju različiti identifikovani efekti i zapita se zašto se to dešava.

Korak 6: Kada sve grupe završe svoja stabla sukoba, dajte nekoliko minuta predstavnicima svake grupe da predstave svoje stablo sukoba. Ohrabrite druge grupe da postavljaju pitanja.

Korak 7: Završite lekciju naglašavajući važnost analize sukoba za razumevanje osnovnih uzroka koji možda nisu vidljivi.

Napomena: Kako se koristiti stablo sukoba



1. Nacrtajte sliku drveta, uključujući korenje, stablo i grane (na velikom listu papira, tabla, flip čart, sa strane zgrade ili na tlu).

2. Dajte svakoj osobi nekoliko indeksnih kartica ili sličnih papira, sa uputstvima da na svakoj kartici, napišu reč ili dve ili nacrtaju simbol ili sliku da ukažu na ključno pitanje u sukobu kako oni to vide.

3. Zatim pozovite svaku osobu da zakači kartice na drvo:

a. Na stablu, ako misle da je to suštinski problem.

b. Na korenima, ako misle da je to osnovni uzrok.

c. Na granama, ako misle da je efekat.

4. Nakon što svi stave svoje kartice na stablo, neko će morati da vodi diskusiju tako da grupa može da postigne dogovor oko postavljanja pitanja, posebno za suštinski problem.

5. Pod pretpostavkom da je postignut neki dogovor, ljudi će možda želeti da odluče koja pitanja žele prvo da reše u rešavanju sukoba. Ovaj proces može potrajati dugo; možda će biti potrebno da se nastavi na uzastopnim sastancima grupe u zavisnosti od diskrecije nastavnika.

6. U grupama, učenici mogu postaviti svoje stablo sukoba i svaka grupa prezentuje.



Modul IV: Aktivnost II

Umetnost pitanja

Učesnici će naučiti kako da izgrade kritičko mišljenje mladih i veštine rešavanja problema učeći veštine postavljanja pitanja. U okviru ove radionice biće predstavljena jedna aktivnost; Šta bi se dogodilo ako...? Koristi 5 WS je moćan metod intervjuisanja i istraživanja koji često koriste novinari i emiteri da bi došli do istine priče ili problema. Aktivnost je osmišljena da pomogne mladima da razmišljaju bočno i otkriju nove načine gledanja na svet.



Trajanje

25-30 minuta



Potrebni materijali

flipčart papir, markeri, olovka, stikeri u boji



Veština medijske pismenosti

kritičko mišljenje i veštine rešavanja problema

Ciljevi aktivnosti

1. Učesnici će naučiti o veštini postavljanja konstruktivnih pitanja.
2. Naučiće da kritički misle i rešavaju probleme.
3. Naučiće tehnike koje podstiču mlade da razmišljaju lateralno i kritički o svetu koji nastanjuju.

Opis aktivnosti:

Korak 1: Podelite učesnike u grupe od 3-4 osobe. Zamolite grupe da diskutuju o 3 pitanja u nastavku i napišu svoje odgovore na obojenim poledinama koristeći jedan flip-čart list po odgovoru. Ne postoji tačan ili pogrešan odgovor. Zamolite ih da razmisle o prednostima i nedostacima svakog odgovora na pitanja
Šta bi se desilo ako bi...

- ... nije bilo društvenih medija na svetu?
- ... morali ste da izaberete da ostanete na Zemlji (kakva jeste) ili da odete da živite na planeti Jednakost (gde su svi ljudi, životinje i životna sredina jednaki i poštovani) međutim, tamo nema interneta, telefona, uređaja, televizora?
- ... probudili ste se jednog jutra i otkrili da se vaš život prenosi uživo, ceo dan, svaki dan?

Korak 2: Pregrupisati se. Svaka grupa predstavlja odgovore do kojih je došla na svako pitanje ističući prednosti i nedostatke.

Korak 3: Završite sesiju tako što ćete voditi dirljivu debatu. Pročitajte sledeće izjave:

"Nijedna društvena mreža na svetu nije dobra stvar."

Ko se slaže/ne slaže. Učesnici se pomeraju levo za slaganje, desno za neslaganje. Pitaj zašto?

„Ostanite na Zemlji ili se preselite na drugu planetu. Ko bi ostao, ko bi otišao?”

Učesnici se pomeraju levo za boravak i desno za odlazak. Pitaj zašto?

„Volim da se moj život prenosi ceo dan, svaki dan.”

Ko se slaže/ne slaže. Učesnici se pomeraju levo za slaganje, desno za neslaganje. Pitaj zašto?

Korak 4: Završite sesiju. Podstaknite grupu da razmisli o tome kako bi to mogli da koriste u okviru svojih grupa.



Modul IV: Aktivnost III

Digitalni reporteri

Kroz aktivnost igranja uloga, učesnici će naučiti kako da dekonstruišu priču na osnovu dokaza svedoka. Aktivnost će se završiti tako što će učesnici osmisлити sopstvenu priču na osnovu onoga što veruju da su stvarne činjenice. Oni će kreirati kratak scenario tako što će se ponašati kao reporteri koji uživo izveštavaju o incidentu koji se dogodio na terenu ili da obave intervju sa poznatim „fudbalerom“. Jedan učesnik će snimati. Učesnici će odlučiti o porukama video snimka: rešavanju pitanja kao što su rasna, etnička ili rodna diskriminacija na fudbalskom terenu i na tribinama.



Tranje

30-35 minutes



Potrebni materijali

flipčart papir, markeri, olovka, stikeri u boji, telefon



Veština medijske pismenosti

digitalno izveštavanje vesti

Ciljevi aktivnosti

1. Učesnici će podići svest o mogućem diskriminatornom ponašanju u fudbalskoj sferi i razmisliti o tome.
2. Oni će steći veću empatiju i razumevanje kako se mogu rešiti sistemske barijere i diskriminacija na fudbalskom terenu.
3. Radionica će izazvati osetljivost i interesovanje učesnika za društvena pitanja i doprineti rušenju mogućih stereotipa.

Opis aktivnosti:

Korak 1: Pitajte učesnike o veštinama koje reporter treba da poseduje. Oni bi mogli da napišu odgovore na “post-it” beleške ili da to izgovore naglas. Mogući odgovori mogu uključivati: radoznalost, empatiju, osetljivost, samopouzdanje, pouzdanost. Zatim ih pitajte koje zadatke imaju digitalni reporteri. Mogući odgovori: pisanje pratećih sadržaja na društvenim mrežama, priprema i vođenje intervjua, poseta poprištu najnovijih vesti, generisanje ideja za priče i njihovo istraživanje.

Korak 2: Zatim objasnite zadatak: u grupama od po dvoje ili troje, učesnici će kreirati kratak scenario tako što će se ponašati kao reporteri koji uživo izveštavaju o incidentu koji se dogodio na terenu ili da obave intervju sa poznatim „fudbalerom“. Podelite grupu u dva ili tri tima. Neka razmišljaju o temama koje smatraju interesantnim, uznemirujućim i/ili diskriminirajućim. Moguće teme mogu uključivati stereotipe (npr. „fudbal je sport za dečake“), diskriminatorno ponašanje, netoleranciju itd.

Korak 3: Među timovima, učesnici se odlučuju za različite uloge i raspoređuju: reporter, snimatelj, fudbaler. Ohrabrite ih da se užive u dodeljene uloge. Alternativno, ako vreme nije dovoljno, neka naprave ploču priča sa idejama svog izveštaja.

Korak 4: Debriefing: Grupe predstavljaju svoje rezultate/ideje svog izveštaja. Pitajte: šta je bio najizazovniji deo kreativnog procesa? Šta je bilo zabavno? Šta su naučili?

Korak 3: Dajte parovima/grupama 1 minut da diskutuju i zabeleže svoja mišljenja i razloge. Zamolite učenike da podele svoje ideje i zapišu ih na tabli/flipčartu. Odgovori koje oni mogu dati su: gumena loptica je najotpornija jer stalno skače, ping pong loptica nije mnogo otporna jer je ne možete popraviti ako dobiju pukotinu ili udubljenje i penasta loptica nije mnogo otporna jer može se razbiti.

Korak 4: Zamolite svoje učenike da objasne šta za njih znači otpornost. Ako je potrebno, pojasnite da otpornost nije samo sposobnost da se povremeno savijate i podnosite udarce, već i sposobnost da se prilagodite i oporavite. Pitajte ih da li je ovo promenilo njihovo mišljenje o tome koja je lopta najotpornija.

Korak 5: Koristite slajd da razjasnite da je otpornost sposobnost oporavka od neuspeha i da date definiciju digitalne otpornosti. Uvedite lekciju objašnjavajući da će danas gledati na digitalnu otpornost. Kada izađemo na mrežu, to može biti kao da se lopta odbija okolo. Može biti jako zabavno, ali takođe možemo da se suočimo sa neravninama na putu. Predstavite ciljeve lekcije.

Korak 6: Koristite Aneks 1 za pojedince ili parove kao i set bojica ili olovaka. Objasnite učenicima da treba da razmisle o emocijama koje neko može da oseti kada vidi nešto na mreži. Podsetite ih da se u nekim slučajevima više od jedne emocije može osetiti iz jedne objave ili iskustva tako da mogu da koriste više od jedne boje po scenariju. Takođe ako žele imaju prostora da dodaju bilo koje druge emocije koje nismo uvrstili na tabelu.

Dodatna pitanja:

Sve u svemu, da li mislite da ljudi imaju više pozitivnih ili negativnih iskustava kada odu na internet?

Koje stvari čine da se ljudi osećaju srećno/tužno/zabrinuto/besno na mreži?

Koje ste emocije dodali i zašto?

Koje stvari nemaju nikakav uticaj na ljude kada odu na internet? Kako znaš?

Koje su najbolje stvari u vezi sa internetom?

Da li bi negativno iskustvo sprečilo nekoga da ide na internet? Šta je sa ponovljenim negativnim iskustvima?

Kako neko može učiniti da se oseća bolje ako ga je nešto uznemirilo na mreži?

Da li neko treba da prestane da ide na internet ako se nešto uznemiruje ili negativno desi kada je na mreži?



Modul V: Aktivnost II

Pod pritiskom

Ova aktivnost se odnosi na traženje mladih ljudi da razmotre kako mogu da odgovore na pritiske sa kojima se mogu suočiti na mreži.



Trajanje

25-30 minuta



Potreban materijal

•flipčart papir, markeri, aneks



Veština medijske pismenosti

•izveštavanje o digitalnim medijima

Ciljevi aktivnosti

1. Učesnici će ispitati kako odlazak na internet može uticati na njihov način na koji se osećaju, razmišljaju, deluju.
2. Oni će razumeti šta je digitalna otpornost.
3. Oni će razviti načine da izgrade sopstvenu digitalnu otpornost i da podrže druge.
4. Oni će istražiti pritiske sa kojima se mladi ljudi suočavaju na mreži.

Opis aktivnosti:

Korak 1: Počnite tako što ćete objasniti da na ljude mogu uticati razne stvari. To mogu biti ljudi oko njih, knjige koje čitaju, muzika koju slušaju, a može biti i iz njihovog online iskustva.

Korak 2: Zamolite učenike da u malim grupama razmotre sledeće pitanje; „Da li je onlajn uticaj pozitivna ili negativna stvar?“

Imajte povratne informacije kao grupa i objasnite im da uticaj nečega može biti i pozitivan i negativan, npr.

POZITIVNO - pod uticajem posta o zdravoj ishrani da bi se napravio razuman izbor ručka.

NEGATIVNO - pod uticajem ludila društvenih medija da učestvuju u nečemu rizičnom.

Tamo gde uticaj na mreži postane negativna stvar, on se može razviti u pritisak da se prilagodi ili deluje na određeni način onlajn.

Korak 3: U malim grupama ili parovima, zamolite mlade da završe Dodatak 2 popunjavanjem primera onlajn pritiska i sopstvenog odgovora na njega. Naveden je primer, zajedno sa nekim predloženim pritiscima.

Korak 4: Dodatna pitanja:

Do kakvih ste onlajn pritisaka došli?

Da li su ovi pritisci generalno pozitivni ili negativni?

Koliko je bilo lako dati savet?

Koji je bio najbolji savet koji ste smislili?

Da li je bilo pritisaka zbog kojih vam je bilo veoma teško davati savete?

Šta ima veći uticaj na mlade danas, onlajn pritisak ili pritisak vršnjaka?



Priručnik za digitalnu otpornost



Trajanje



Potreban materijal



Veština medijske pismenosti

- digitalna umešnost

Ciljevi aktivnosti

1. Učesnici će ispitati kako odlazak na internet može uticati na njihov način na koji se osećaju, razmišljaju, deluju
2. Oni će razumeti šta je digitalna otpornost.
3. Oni će razviti načine da izgrade sopstvenu digitalnu otpornost i da podrže druge.
4. Oni će identifikovati načine koje možete učiniti da se oporavite od teških vremena na mreži.

Opis aktivnosti:

Korak 1: Počnite tako što ćete ih podsetiti da je digitalna otpornost vraćanje iz teških vremena na mrežu tokom vremena i da će sada tražiti načine da to urade. Postavite pitanje—„Pa ... kako da postanete digitalno otporniji?“

Korak 2: Objasnite da je dobrotvorna organizacija za mentalno zdravlje pod nazivom Mind iznela 4 pristupa kako bi postali otporniji (4 pristupa će se pojaviti dok kliknete kroz prezentaciju) i da će oni pomoći učenicima u njihovim idejama.

Korak 3: Predstavite alatku za digitalnu otpornost i objasnite da će grupa ovo ispuniti idejama. Koristite Dodatak 3 da uparuju i odredite grupi vremensko ograničenje od 5 minuta i cilj od 30 ideja po paru. Promenite ovo ako želite. Odgovori do kojih mogu doći su; pozovite prijatelja, slušajte muziku, odmorite se od društvenih mreža, radite nešto u čemu zaista uživate...

Korak 4: Posle 5 minuta pozovite parove da podele svoje ideje dok svaki par ne bude imao mnogo različitih ideja.

Aktivnost za proširenje:

Moć pozitivnosti – Veliki deo uznemirenja na mreži može biti uzrokovan negativnim komentarima. U ovoj aktivnosti, navedite učenike da nose obične bele majice i dozvolite im da pišu pozitivne komentare jedni drugima na majicama. Ova aktivnost omogućava učenicima da razmisle o tome kakav je osećaj dati i primiti pozitivne komentare i da vide uticaj koji njihovi komentari imaju na druge. Možete da završite aktivnost tako što ćete zamoliti svakog učenika da podeli svoj omiljeni komentar i kako se oseća. Ova aktivnost se takođe može izvoditi sa velikim listovima papira pričvršćenim za leđa učenika (na ogrtač) a ostatak grupe koristi lepljive beleške da doda svoje pozitivne komentare na ogrtač.



Korak 1: Da biste napravili mapu, provedite učenike kroz sledeće korake:

Razmislite o zajednicama kojima pripadate – i u smislu vaših veza licem u lice (prijatelji u školi, rođaci, komšije) i onlajn prostora (zajednice obožavalaca, interesne grupe, onlajn prijatelji, korisničke mreže). Navedite sve ove zajednice na običnom komadu papira.

Korak 2: Objasnite: Razmislite i isplanirajte kako biste vizuelno mogli da predstavite ove različite zajednice. Identifikujte boje, oblike, slike koje povezujete sa ovim zajednicama i skicirajte kako biste mogli da ih koristite za crtanje/dijagram svojih zajednica. Evo nekoliko pitanja koja će vam pomoći da organizujete svoje misli:

- a) Da li su neke od vaših zajednica lokalne ili blizu mesta gde živite i idete u školu?
- b) Da li se neke od vaših licem u lice/lokalne i onlajn zajednice preklapaju? To znači da se povezujete sa nekim od istih ljudi na mreži kao i licem u lice (kao, neki od vaših prijatelja na Fejsbuku su takođe prijatelji koje često vidate licem u lice).
- c) Da li se sa njima susrećete licem u lice redovno ili ograničeno? Na primer, možda nećete redovno vidati neke ljude u vašoj onlajn zajednici.

Korak 3. Koristite svoju listu i ove dizajnerske ideje da nacrtate svoju mapu na velikom komadu papira. Budite kreativni u načinu na koji prikazujete svoje lice u lice i onlajn zajednice. Razmislite koje slike, boje, likovi i simboli najbolje vizualizuju vaše zajednice i koristite ih.

Korak 4: Kada je vaša mapa gotova, pregledajte šta ste kreirali i identifikujte kada i gde se vaše zajednice povezuju jedna sa drugom.

Korak 5: Kada mape i opisi budu gotovi, neka vaši učenici rade u parovima kako bi podelili svoje mape i razgovarali o sledećem:

Koga vidite kao svoje zajednice?

- Da li vaše zajednice uključuju: Vašu porodicu? Prijatelje? Školu? Druge u školskim i van školskim zajednicama?
- Koliko preklapanja vidite između onlajn i ličnih zajednica?
- Osvrćući se na ovo, šta je za vas zajednica? Kako to definišete?

Korak 6: Na kraju, zamolite učenike da uporede svoje karte kako bi identifikovali sličnosti i razlike sa svojim partnerima. Da li postoje određene zajednice koje se oslanjaju na društvene medije? Koji su oni? Da li su neki društveni mediji popularniji od drugih? Zašto je to možda slučaj?

Da biste zaključili podelu u paru, okupite celi razred i neka svaka grupa vrati razredu o sličnostima i razlikama koje su uočili između svojih mapa zajednice.

Završite sesiju kreiranjem liste načina na koje učenici komuniciraju sa svojim različitim zajednicama kako biste otkrili koji su oblici medija važni i trenutno relevantni za živote zajednice učenika.



Module VI: Aktivnost II

Učešće u sabranom svetu

Ova aktivnost nudi učenicima priliku da identifikuju društveno ili građansko pitanje za koje su zainteresovani i koje utiče na njihovu zajednicu. Učenici će biti vođeni da razmotre šta mogu dalje da urade kako bi saznali više, uključili se u dijalog sa drugima, izneli svoje stavove i preduzeli akcije oko ovog pitanja.



Trajanje

25-30 minuta



Potreban materijal

•flipčart papir, markeri, aneks



Veština medijske pismenosti

•kritičko razmišljanje

Ciljevi aktivnosti

1. Učesnici će bolje razumeti svoje interese, zajednice i svoje živote na digitalnim ili društvenim medijima.
2. Razumeće kako ljudi oko njih i njihove zajednice oblikuju njihovu perspektivu o društvenim pitanjima do kojih im je stalo, kao i ulogu digitalnih medija u izražavanju tog gledišta.
3. Identifikovaće probleme o kojima bi mogli da nauče više i da se uključe.

Opis aktivnosti:

Korak 1: Dajte učenicima do znanja da postoje različiti načini na koje mogu da uče i da se angažuju na pitanju koje im je važno. Podelite sa njima sledeće osnovne građanske prakse:

- Istražite ili saznajte više o problemu
- Razgovarajte i slušajte perspektive drugih
- Izrazite svoju perspektivu ili ideje o tome
- Preduzmite mere da rešite problem

Korak 2: Zatim zamolite učenike da počnu da zamišljaju kako bi mogli da koriste onlajn alate, izvore, sajtove društvenih medija da bi sproveli ove prakse. Učenici mogu da napišu 1-2 sledeća koraka ili koraka akcije u svaki okvir matrice ispod.

U zavisnosti od toga koliko se preklapaju pitanja koja učenici izaberu, takođe možete grupisati učenike da zajedno rade na planiranju sledećih koraka. Zamolite ih da razmisle o društvenim temama o kojima su već razgovarali na radionicama ranije, kao što su isključenost, rasizam, diskriminacija itd.

Korak 3: Kada učenici završe sa popunjavanjem matrice, možete ih zamoliti da podele svoje ideje sa kolegom iz razreda i prikupe povratne informacije. Drugovi iz razreda mogu jedni sa drugima da podele sledeće:

- Koji sledeći korak ste čuli za koji mislite da je posebno zanimljiv?
- Kako bi vaš partner mogao da ojača ili razjasni svoje sledeće korake?
- Šta je još jedan sledeći korak ili ideja koju možete zamisliti u vezi sa ovim problemom?

Korak 3: Pozovite učenike da istraže kako bi mogli da koriste različite medijske platforme i tehnologije da preduzmu akciju u svetu. Da biste ih motivisali, koristite ili prilagodite sledeći scenario da biste uključili pitanje koje brine neke ili većinu vaših učenika.

Pogledajte video „Rasizam u fudbalu“<https://www.youtube.com/watch?v=-jo-qVBwv24>

Učesnici mogu da koriste flipčart papir/A3 papir da prikažu svoj plan.



Module VI: Aktivnost III

Idealne budućnosti



Trajanje

30-35 minutes



Potrebni materijali

•flipčart papir, markeri



Veština medijske pismenosti

•kritičko mišljenje, kreativnost

Ciljevi aktivnosti

1. Učesnici će biti uključeni u diskusiju i kreativnu aktivnost kako bi zamislili „bolji svet“ i poštovali vladavinu zakona.
2. Biće informisani i kritički pismeni o društvenoj dinamici.
3. Poboljšaće svoju društvenu povezanost i poštovanje različitosti.
4. Biće etički odgovorni i angažovani.

Opis aktivnosti:

Korak 1: Pitajte učenike kako bi voleli da njihova škola/njihova zajednica/njihova zemlja/svet izgledaju za 10 godina.

Korak 2: Napišite sledeće oblasti na tabli/papiru i zamolite ih da takođe uključe to kako se jednom od ovih oblasti upravlja pozitivno u njihovoj idealnoj budućoj realnosti. Zamolite ih da naprave listu sa pravilima.

Slobodno prilagodite ovu listu svom kontekstu. - Korupcija/ Zločini/ Pravosuđe/ Sajber-maltretiranje/ Rasizam/ Isključenost/ Diskriminacija/ Rodna diskriminacija/ Lažne vesti itd.

Korak 3: Učenici rade sami, u paru ili u malim grupama kako bi predstavili svoje ideje na posterima ili mapama, koristeći tekst i/ili crteže.

Korak 4: Pozovite učenike da podele svoje rezultate sa celim razredom.

Korak 5: Omogućite diskusiju o tome koje su vizije najvažnije i kakve bi mogle biti dostignute.

Korak 6: Nastavite dalje da biste razgovarali o tome koja pravila i zakoni mogu biti važni za takav ideal koji bi u stvarnosti bio primenljiv.

IZVORI

ACT for youth (2020): Engaging Community Partners for Positive Youth Development.
Available at: http://actforyouth.net/youth_development/communities/partners/

Adobe Youth Voices

<https://edex.adobe.com/teaching-resources/shot-composition-handout>

Childnet

<https://www.childnet.com/resources/digital-resilience/>

Civic Engagers

<https://www.civicengagers.org>

Common Sense Education

<https://www.commonsense.org/education/>

Council of Europe

<https://www.coe.int/en/web/north-south-centre>

Mediapræssi – Snappy exercises in Media Literacy

<https://drive.google.com/drive/folders/1XEdj8mQmaYBLdcIfkndw4xejg2AVJ-8c>

<https://www.unicef.org/eap/press-releases/build-resilience-children-help-them-stay-safe-social-media>

Hinduja, Sameer & Patchin, Justin. (2017). Cultivating youth resilience to prevent bullying and cyberbullying victimization. *Child abuse & neglect*. 73. 51-62. 10.1016/j.chiabu.2017.09.010.

<https://cyberbullying.org/digital-resilience>

<https://prezi.com/i/2mvq277unwdx/digital-resilience/>

<https://www.drwg.org.uk/the-framework>

<https://www.cypnow.co.uk/news/article/youth-workers-instrumental-in-building-children-s-digital-resilience-study-finds>

No Hate Speech Movement Campaign Glossary – Council of Europe
www.nohatespeechmovement.org/hate-speech-watch/glossary

European Institute of Peace
www.eip.org/en/news-events/eip-explainer-understanding-radicalisation

Merriam-Webster Dictionary
www.merriam-webster.com/dictionary

<https://www.bbc.co.uk/programmes/articles/3RtjbC7Bd4tvTMKPhRmrKtH/how-to-become-more-digitally-resilient>

<https://www.coe.int/en/web/reference-framework-of-competences-for-democratic-culture>

Duncan, Sam. "ATHLETES AS ACTIVISTS." In *The Digital World of Sport: The Impact of Emerging Media on Sports News, Information and Journalism*, 79–88. Anthem Press, 2020. <https://doi.org/10.2307/j.ctv170x59d.8>.

<https://criticalmediaproject.org/media-literacies/?wvideo=me2powk6tv>

<https://www.amelioproject.eu/the-fine-line-between-freedom-of-speech-and-hate-speech-twitter-in-the-musk-era/>

United Nations: Guidelines for gender-inclusive language in English

<https://www.un.org/en/gender-inclusive-language/guidelines.shtml>

American Psychological Association: Inclusive Language Guidelines
<https://www.apa.org/about/apa/equity-diversity-inclusion/language-guidelines>

Amnesty International. Inclusive Language and Events Guide

Amnesty International.
<https://www.amnesty.org.au/wp-content/uploads/2021/09/AIA-Inclusive-Language-and-Events-Guide-3.pdf>

https://www.echr.coe.int/Documents/FS_Hate_speech_ENG.pdf

<https://rm.coe.int/wecan-eng-final-23052017-web/168071ba08>

[https://hudoc.echr.coe.int/eng#{%22itemid%22:\[%22002-12331%22\]}](https://hudoc.echr.coe.int/eng#{%22itemid%22:[%22002-12331%22]})

Data & Society.

https://datasociety.net/wpcontent/uploads/2017/05/DataAndSociety_MediaManipulationAndDisinformationOnline-1.pdf

Powell, Georgie. Custodio. <https://www.qustodio.com/en/blog/digital-resilience-parents-guide-social-emotional-literacy/>

Deutsche Welle. <http://akademie.dw.de/games/graph/>

https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_CaseStudies-MediaManipulationAndDisinformationOnline.pdf

ANNEX



Snimci kamerom i uglovi



Fotografi i snimatelji kortiste različite snimke kamerom za različite namere.

Snimci kamere se koriste da bismo stvari videli na drugačiji način

Uglovi kamere se koriste kako bi posmatrač

video kako se likovi
opphode jedan prema
drugom.

Ovo su neki od osnovnih
koje mozete da probate.

Dug

Veoma širok



Veoma širok snimak I dugi snimci

Ovi snimci se koriste da pokažu posmatraču gde se akcija odvaja. Oni daju "širu sliku" toga šta se dešava. Ovi snimci se nazivaju uspostavljajući snimci.

Morate da stojite daleko od scene da biste snimili ove snimke.

Široki



Srednji



Široki snimci

Široki snimci pokazuju celu osobu i regiju. Ovi snimci pomažu gledaocu da razume šta se dešava na sceni i dozvoljava akterima da deluju.

Srednji snimci

Srednji snimci su uglavnom snimci od struka na gore koji kreiraju okvir subjekta. Omogućavaju da se vidi pozadina i prikazuju gestove i pokrete.

Srednji snimci su sa više detalja nego široki I dugi snimci, što ih čini interesantniji.

Srednje krupni plan



Krupni plan



Snimci krupnog plana

Snimci srednje krupnog plana se približavaju subjektu tako da gledalac može da vidi samo od ramena do vrha glave.

Krupni plan

Krupni planovi prikazuju određeni deo subjekta, obično samo glavu.

Ektremni krupni planovi

Ektremni krupni planovi su snimci koji se veoma približavaju subjektu tako da se može videti mnogo detalja.

Ekstremni krupan plan



Preko ramena



Iz ptičije
perspektive



Ugao

Preko ramena

Ovaj ugao se koristi tako da gledalac može da vidi subjekat preko ramena drugog subjekta na snimku.

Tačka gledišta

Ovaj ugao se koristi tako da gledalac može da vidi šta se dešava iz ugla subjekta.

Iz ptičije perspective

Ovaj ugao se koristi tako da gledalac može da gleda direktno nadole u subjekt.

Tačka
gledišta



Teorija zavere

“Dipfejk”

Filterski balon

“Misinformacija”

Satira

Armija botova

Dezinformacija

Cenzura

Fabrika trolova

Medijska pismenost

Veoma nepouzvano



Very reliable



Stručnjak za dobrobit škola i učenika Tuomo Jarventausta smatra da je povećanje vegetarijanske hrane u školskoj ishrani neuspeli eksperiment koji izaziva probleme ubuduće

Škole treba da povećaju meso u meniju

3.10.2021

Premalo je mesa u školskom nedeljnom meniju, predstavlja Tuomo Jarventausta, vodeći menadžer istraživanja OMP-a. Najviše brine Jarventausta zbog smanjenja količine proteina koju deca dobijaju iz školske hrane.

Rezultati istraživanja MMO-a pokazuju da je to posebno u višim razredima gimnazije primećeno u oslabljenim rezultatima u fizičkom vaspitanju i opštoj iscrpljenosti tokom školskih dana.

- Učenici jednostavno neće dobiti dovoljno proteina i neophodnih mikronutrijenata. Još jedna alarmantna stvar je jednostrana dijeta, u kojoj nema raznovrsnosti različitih namirnica. Sigurno ne želimo da učimo našu decu da postanu izbirljivi? U odrastanju to može dovesti do velikih problema, smatra Jarventausta.

Jarventausta ne veruje da ima pozitivan uticaj na probleme životne sredine povećanjem vegetarijanske hrane.

-Nema neosporne statistike. Takođe je štetno za regionalnu proizvodnju mesa, i kako njegovo smanjenje utiče na svakodnevni život običnih poreskih obveznika. Mnogo je poslova u ozbiljnoj opasnosti, ako idemo ovim putem.

U istraživanju koje je sproveo OMP (Organizacija za proizvodnju mesa) grupa učenika je upitana koju hranu žele da budu uključene u školski meni? .

- Naravno hot dog, različite ljute kobasice i šnicle ali uvođenje njih u meni zavisi od škole i roditelja dece, ističe Jarventausta



Prikladno i pouzdano izdavanje - ali šta je to?

Upotreba reči "ekpert" uvek daje kredibilitet. Čovek na slici je pronađen iz arhive slika sa unosom za pretargu "pamtan čovek".

Stručnjak za dobrobit škola i učenika Tuomo Jarventausta smatra da je povećanje vegetarijanske hrane u školskoj ishrani neuspeli eksperiment koji izaziva probleme u buduću

Škole treba da povećaju meso u meniju

3.10.2021 Ko je pisao članak i
gde je objavljen?

Premalo je mesa u školskom nedeljnom meniju, predstavlja Tuomo Jarventausta, vodeći menadžer istraživanja OMP-a. Najviše brine Jarventausta zbog smanjenja količine proteina koju deca dobijaju iz školske hrane.

Šta je OMP i da li može da ima koristi od članka?

Rezultati istraživanja OMP-a pokazuju da je to posebno u višim razredima gimnazije primećeno u oslabljenim rezultatima u fizičkom vaspitanju i opštoj iscrpljenosti tokom školskih dana.

- Učenici jednostavno neće dobiti dovoljno proteina i neophodnih mikronutrijenata. Još jedna alarmantna stvar je jednostrana dijeta, u kojoj nema raznovrsnosti različitih namirnica. Sigurno ne želimo da učimo našu decu da postanu izbirljivi? U odrastanju to može dovesti do velikih problema, smatra Jarventausta.

Jarventausta ne veruje da ima pozitivan uticaj na probleme životne sredine povećanjem vegetarijanske hrane.

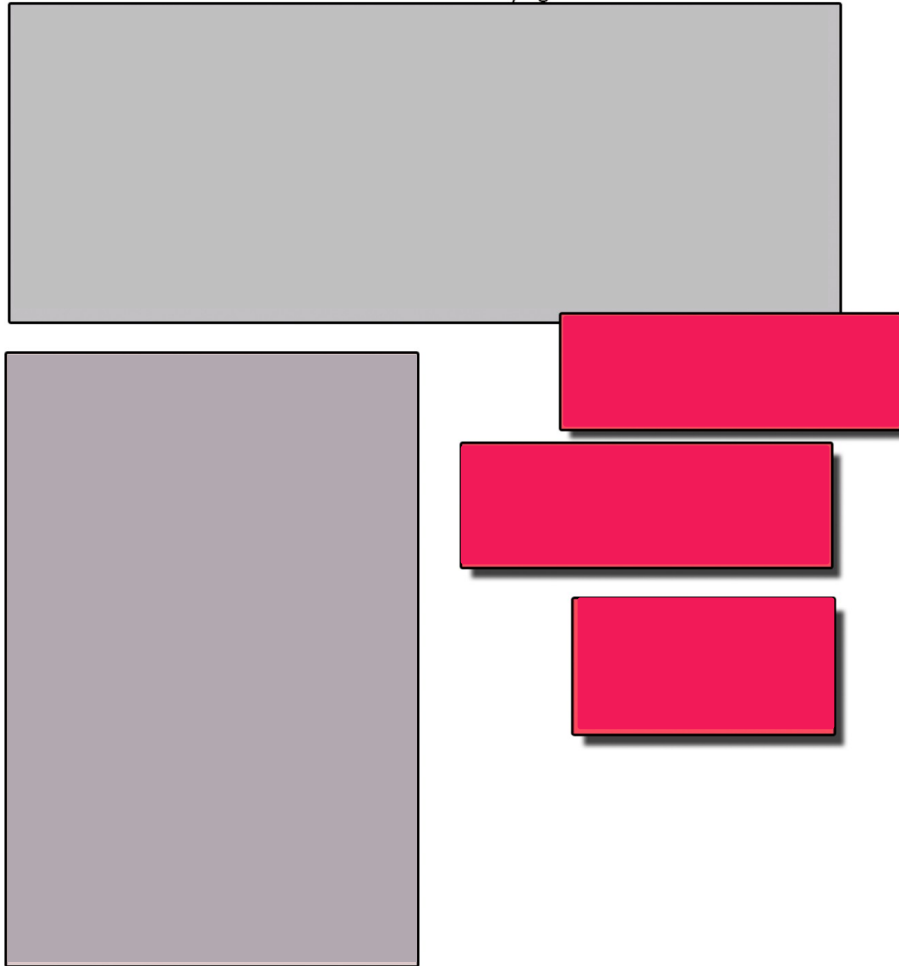
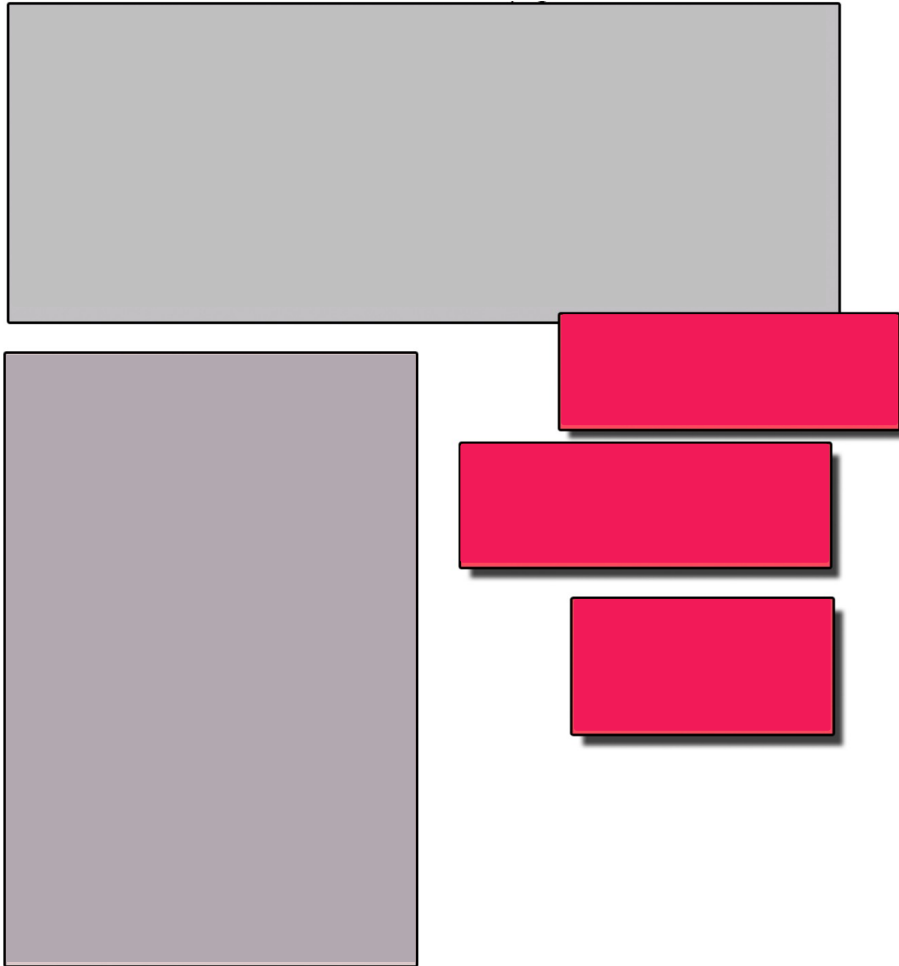
-Nema neosporne statistike. Takođe je štetno za regionalnu proizvodnju mesa, i kako njegovo smanjenje utiče na svakodnevni život običnih poreskih obveznika. Mnogo je poslova u ozbiljnoj opasnosti, ako idemo ovim putem..

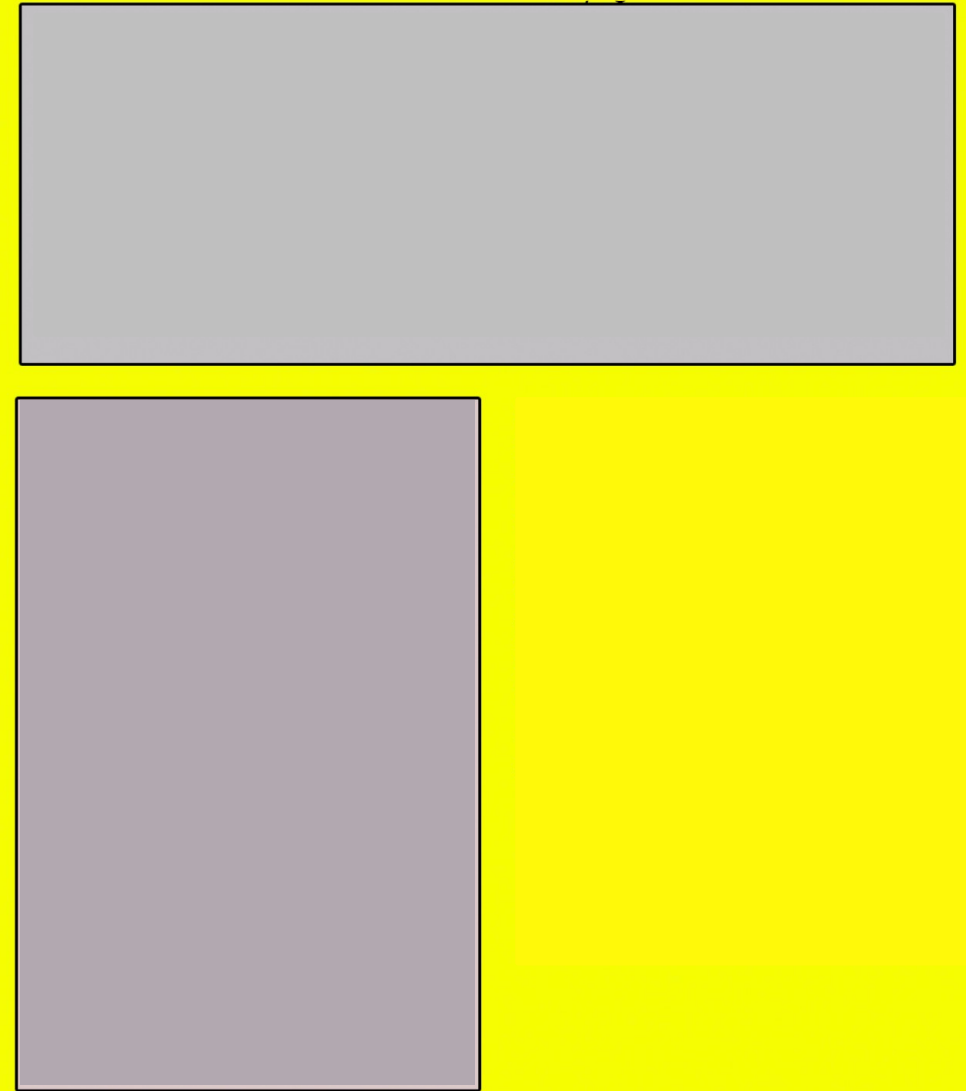
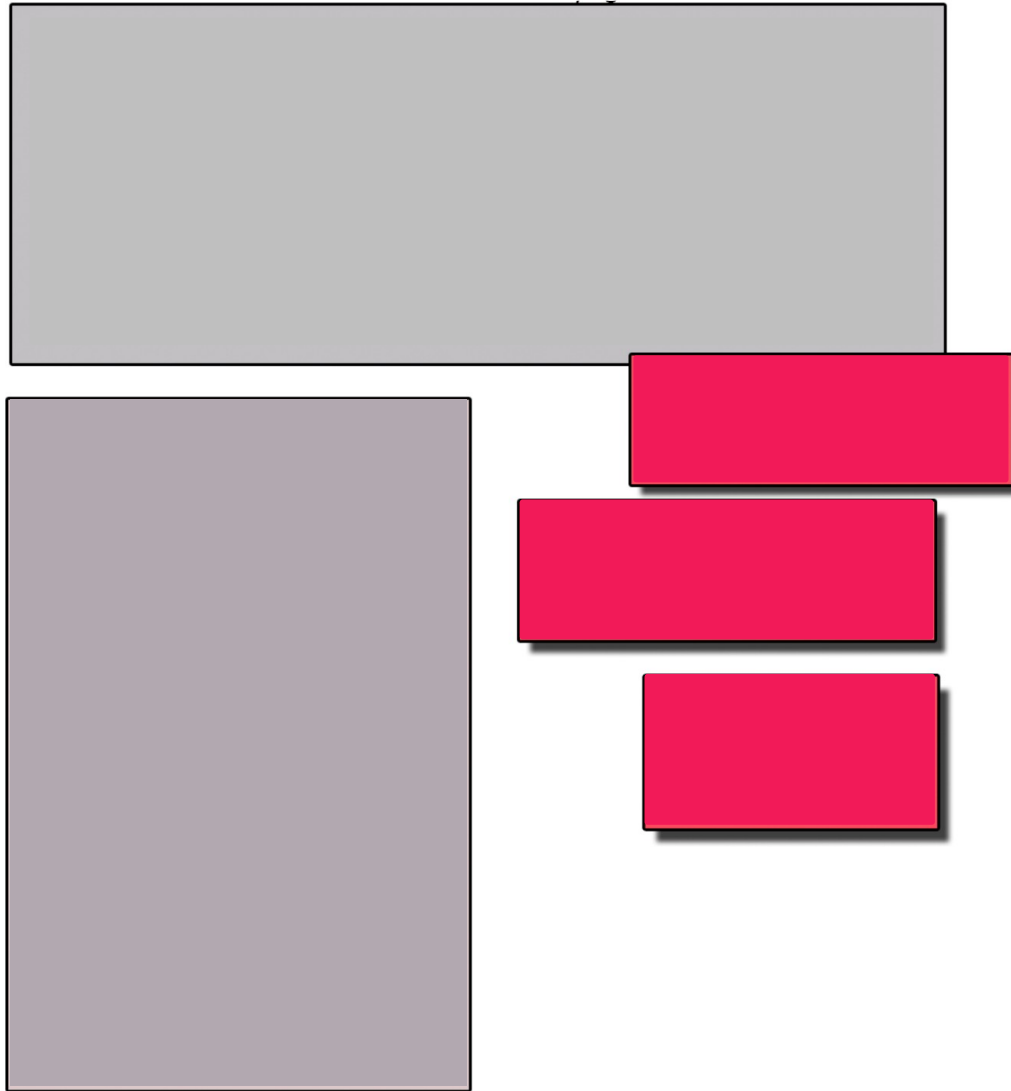
U istraživanju koje je sproveo OMP (Organizacija za proizvodnju mesa) grupa učenika je upitana koju hranu žele da budu uključene u školski meni?

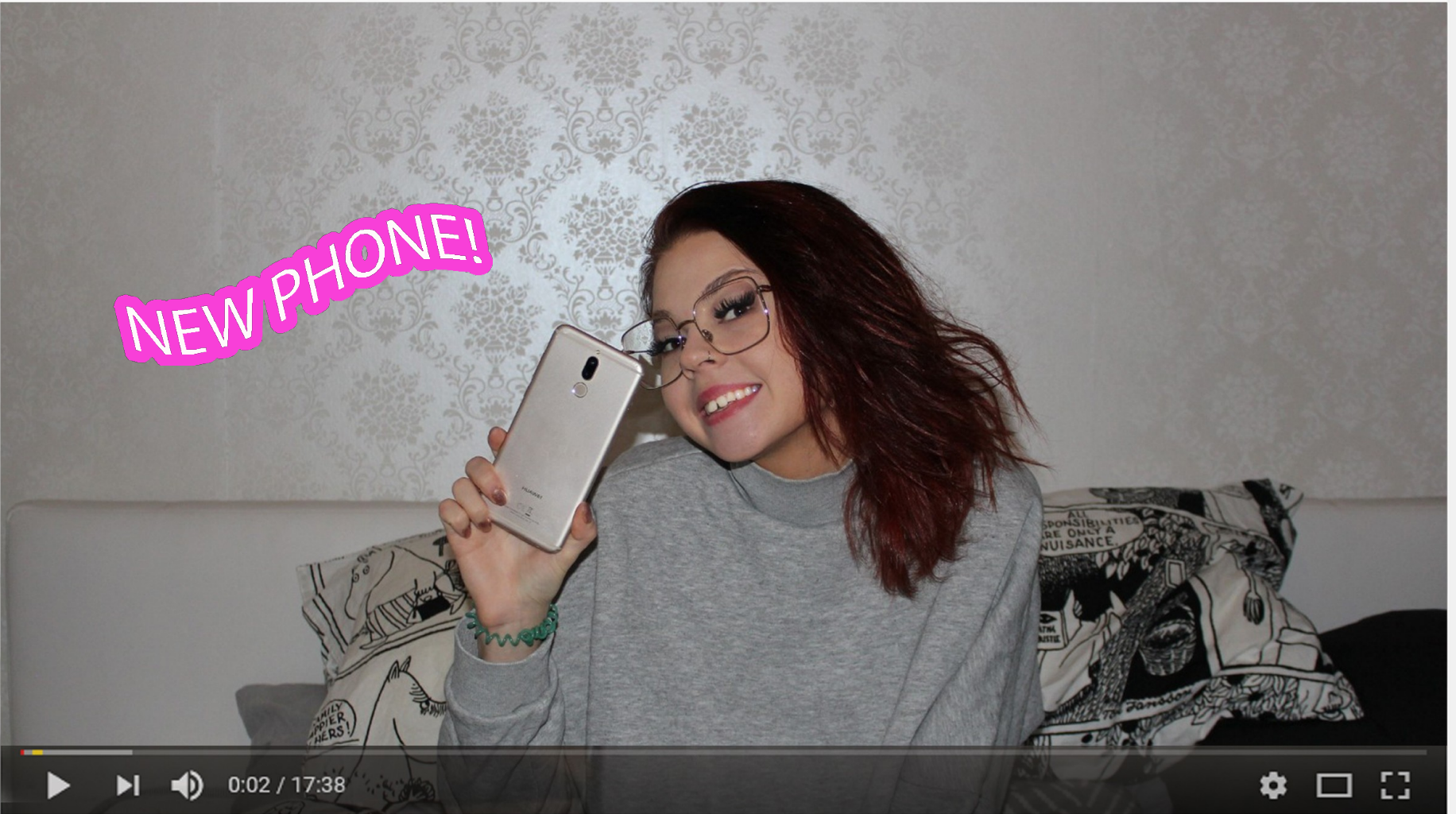
Koliko je velika grupa učesnika?

- Naravno hot dog, različite ljute kobasice i šnicle ali uvođenje njih u meni zavisi od škole i roditelja dece, ističe Jarventausta

Obraćanje roditeljima i brizi o njima







ROOM TOUR + NEW PHONE! <3



Tile



Tilaa

1691

381 views

+ Lisää soittolistaan



Jaa

+++ Lisää

Published 27.11.2018

Pokazaću vam svoju sobu i svoj najnoviji telfon.

COMMENTS: 45



Valionni: 10 days ago

Ti si zaista nešto.



M1lky W4y: 10 days ago

Zašto imaš tako detinjastu posteljinu?



Mister Monster 00: 10 days ago

Valjda je lepo brusiti drvo tim zubima. Izgledaš kao dabar.



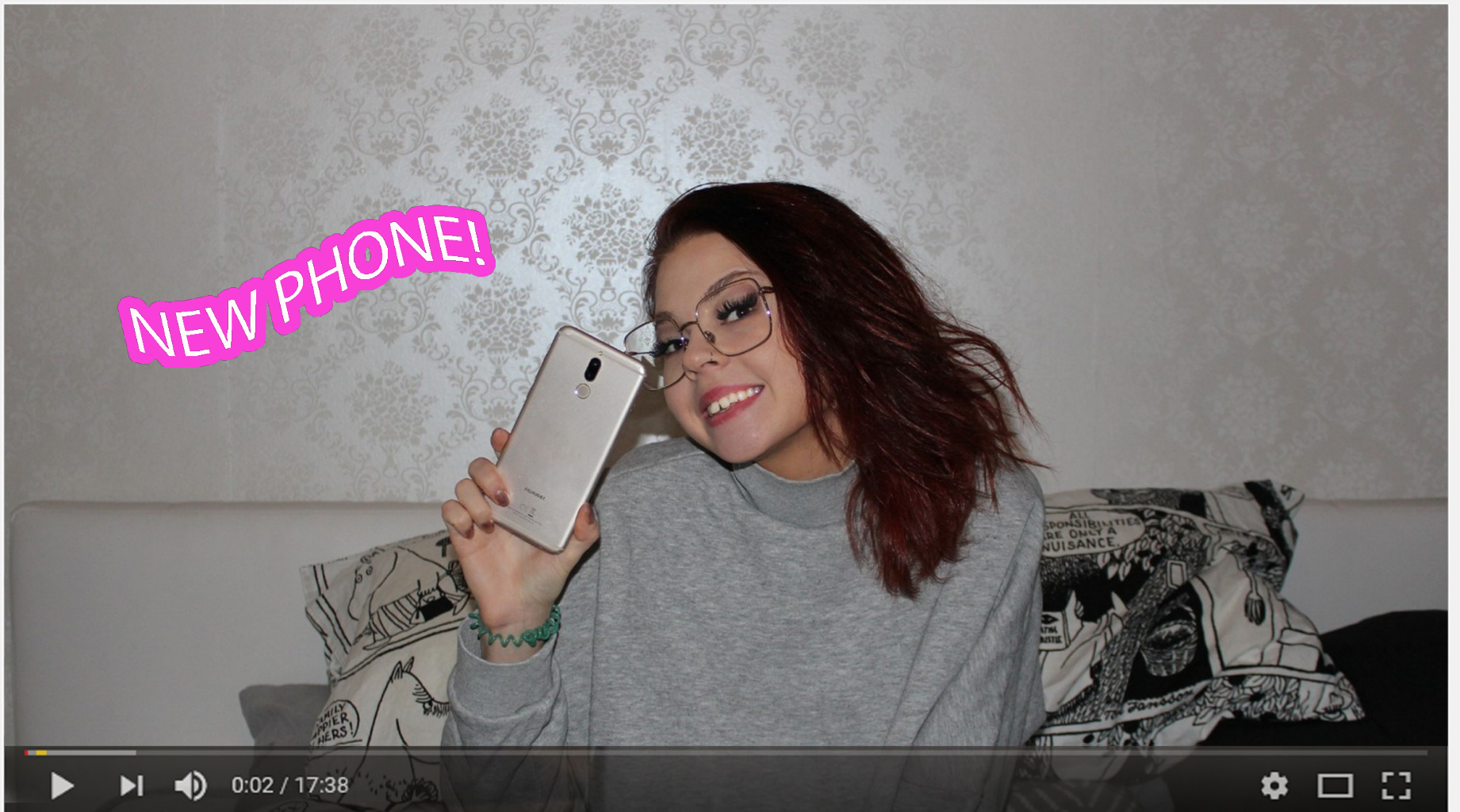
Coco Loco: 10 days ago

Drži usta zatvorenim da ti ne udje muva kroz tu rupu!



Cl4k: 9 days ago

Evo jedna ideja za sledeći video: Ja sam jedan ružni dabar.



ROOM TOUR + NEW PHONE! <3



Tile



Tilaa

894 views

Published 27.11.2018

Pokazaću vam svoju sobu i svoj najnoviji telfon.

COMMENTS: 82



Gamer_juuso: 5 days ago

sranje! Ovaj moron je u istoj školi. Tamo je isto grindž XD XD XD



Terhi_55: 4 days ago

Još jedan primer da je vaspitanje pošlo po zlu. Deci ne trebaju tako skupi telefoni. Čini se da je taština najveća vrednost u današnje vreme!



Zoast: 4 days ago

Kako to da tvoji roditelji mogu da priušte tako skup telefon, a ne mogu da ti poprave zube?



Gamer_juuso: 4 days ago

Oni čak nisu ni pravi roditelji, ona je usvojena iz inostranstva.



Zoast: 3 days ago

***uzdah* Današnji način ove zemlje: Šaljite novac zemljama na ivici bankrota i onda usvajamo i njihovu decu jer ne mogu da priušte da ih odgajaju.**



ROOM TOUR + NEW PHONE! <3



Tile



Tilaa

1209 views

Published 27.11.2018
Pokazaću vam svoju sobu i svoj najnoviji telfon

COMMENTS: 120



Gamer_juuso: 2 days ago
Izgleda da usvajamo i dabrove. Nadam se da ne širi neke viruse ha ha!



Tyrno: yesterday
Tako je proketo lako za trolove da viču stvari anonimno. U svetu modeliranja mali razmak između zuba je znak uspeha. Pločica će verovatno biti lepša i egzotičnija od bilo koje vaše devojke - u slučaju da je ikada dobijete. Samo napred devojko!



Miss Blitz: yesterday
Evo do čega je ovo otišlo. Svim pijavicama sponzorišemo telefone od hiljadu evra. Nadam se da će neko šakom proširiti taj jaz. To bi završilo hvalisanje sa svim novcem za podršku jednom zauvek.

Starter – Šta je OTPORNOST?



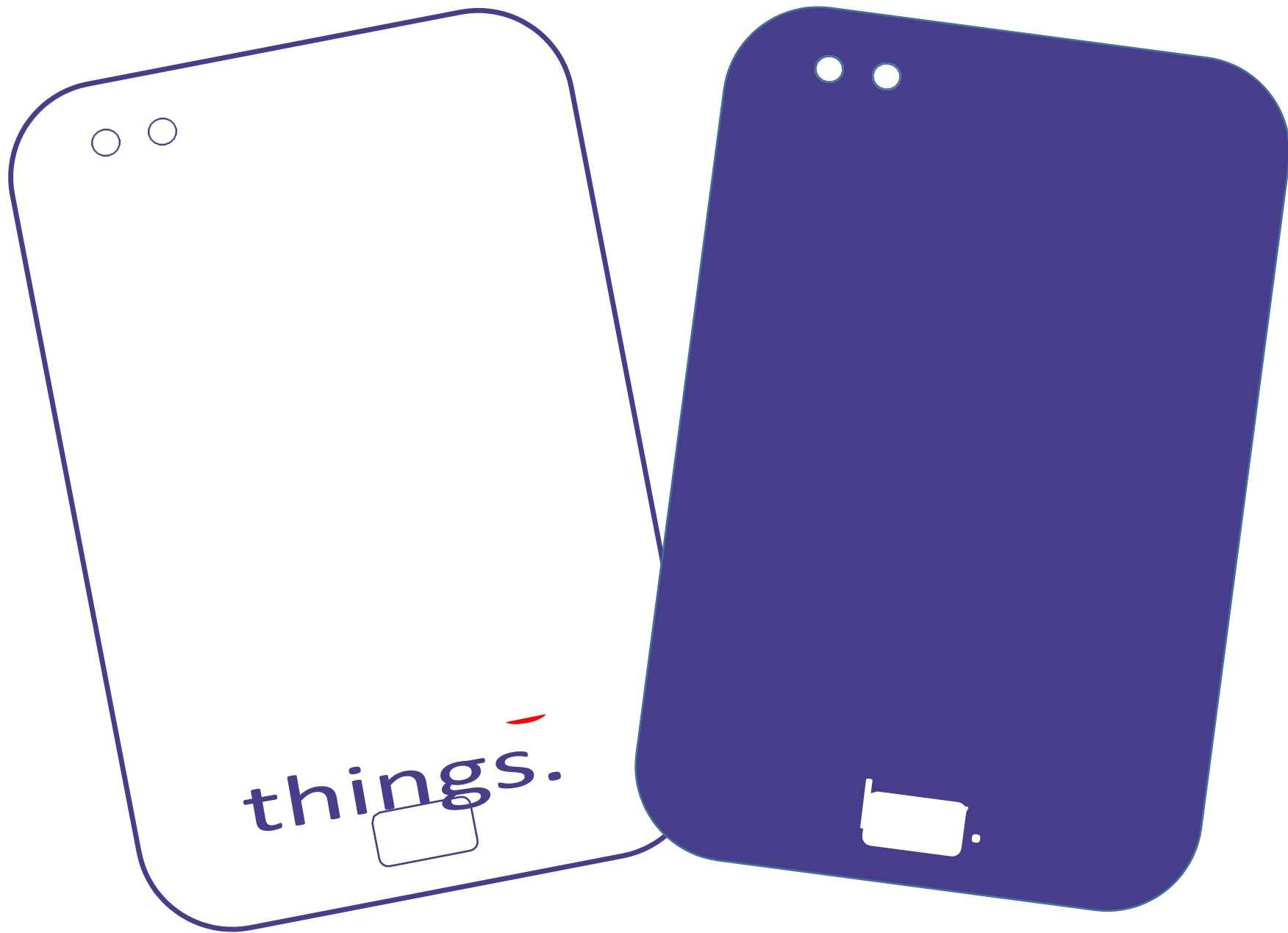
GUMENA Lopta?



Lopta od pene?



PING PONG lopta?



DEFINICIJA DIGITALNE OTPORNOSTI



Digitalna
otpornost je
mogućnost
povratka iz teških
vremena na mreži

Kako se ljudi osećaju kad su onlajn?

Zadatak: Označite bojom iskustva na mreži da biste prikazali **različite emocije** koje mogu proizaći iz interneta. Zapamtite da jedan post ili iskustvo može izazvati više emocija.

- Možete koristiti više boja za svaki scenario.
- Možete dodati emocije (i boju) ako mislite da bi osetili emociju koja već nije pokrivena

Crvena	Ljutnja		
Narandžasta	Zabrinutost		
Žuta	Sreća		
Plava	Tuga		
Zelena	Bez emocija		

Dobijanje pozitivnih komentara na sliku od strane prijatelja	Neko je napisao šalu ispod njihove slike	Dobijanje negativnih komentara
Prijatelj lajkuje njihove šale onlajn	Gledanje smešnih video klipova	Ne dobijanje nijednog lajka na slici posle 20 minuta
Gledanje inspirativnih postova na mrežama	Uočavanje da je neko drugi žrtva bulinga na mrežama	Kačenje materijala koji je neuobičajan za njih
Uočavanje da imaju manje pratilaca nego njihovi prijatelji	Gledanje na mreži osobe koja deli sa drugima da je tužan/na	Uočavanje šale na račun nekog iz škole
Pobeđivanje prijatelja u video igrici po prvi put	Menjanje profilne slike u svoju smešnu sliku	Bivanje u situaciji da im nije dozvoljeno da učestvuju u igri u kojoj su njihovi prijatelji
Bivanje u situaciji da ih je neko otpratio ili blokirao na mreži	Dobivanje novog zahteva za prijateljstvo	Bivanje u situaciji da moraju da napuste grupni čet radi večere
Dobijanje poruke od prijatelja; "zašto mi nisi lajkovao/la sliku?"	Nešto što im se sviđa biva okarakterisano kao dosadno	Potpuno verovanje u nešto onlajn se ispostavilo totalno lažno

Pod pritiskom

Task: U ove kutije napiši 4 druga pritiska koje neko može da oseti onlajn, Zatim u oblačiće napiši svoj savet.

Prati ljude koji čine da se dobro osećaš i da se sviđaš samoj/m sebi

Želim da izgledam kao ljudi koje viđam onlajn

Moji postovi ne dobijaju onoliko lajkova Koliko dobijaju moji prijatelji.

Modul V: Aktivnost III

Torba za alat za digitalnu otpornost

INSTRUKCIJE: Popuni torbu za alat sa što više načina za postajanje digitalno otpornim.

Kako?: Uzmi kutiju ispod kao primer. Svakom od vas treba olovka I svi ćete raditi I sami I zajedno. Nakon što napišeš svoje ideje reci naglas kako bi inspirisao partnera I sprečilo da napiše isto.

MREŽA PODRŠKE: Ne moraš ovo da radiš sam/a. Ko može pomoći? Koja vrsta pomoći? Pomozite jedni drugima

DAJ SEBI PAUZU: Brini o sebi. Reši stvari koje ti smetaju. Nagradi sebe. Napravi pauzu.

FIZIČKO ZDRAVLJE: Zdravo telo I duh. Dovoljno se odmaraš I spavaš? Jedeš dobro? Vežbanje može pomoći kod stresa.

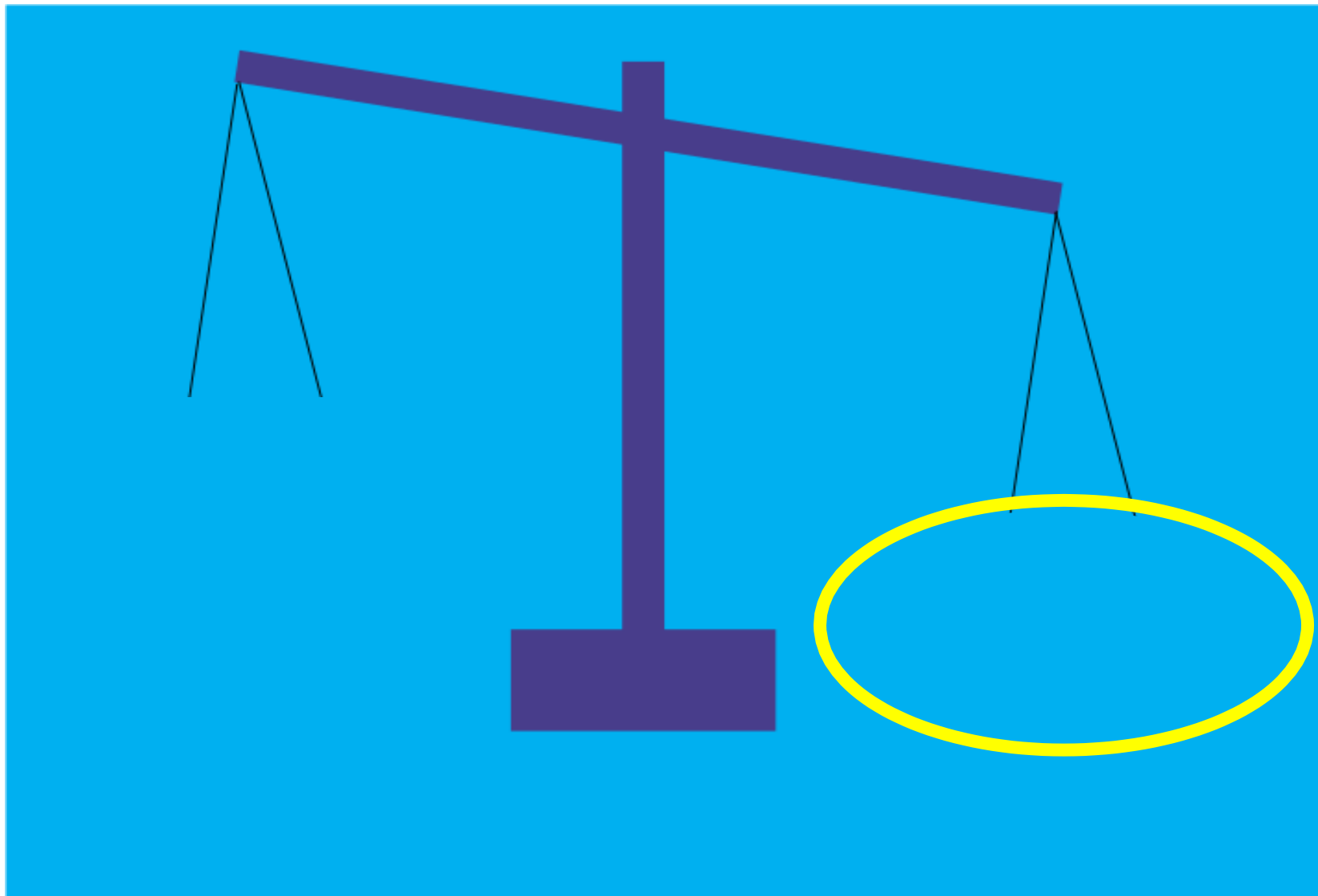
PROMENE U ŽIVOTNOM STILU: Misli o svojoj svakodnevnici. U redu je da usporiš. Nađi vremena za omiljene stvari I ljude.

*Razgovaraj sa prijateljima da
brzo rešite onlajn nesuglasice*

PROVERA! Da li si uzeo bar delić od sva 4 saveta?

SLEDEĆE?: Pitaj da li možeš da kreiraš poster o digitalnoj otpornosti!

Kad bi nekom zatrebala
DIGITALNA otpornost?



**Izgradi mrežu
podrške**

Daj sebi pauzu

**Pa...kako se
postaje
digitalno
otporniji?**

**Napravi neke
promene u
životnom stilu**

**Vodi računa o
zdravlju**

Ova 4 fantastična saveta su od organizacije Mind – www.mind.org.uk
Sad ćemo da istražimo kako da uradimo ovo....

Učešće u povezanom svetu:

predviđanje sledećih koraka

Postoje različiti načini na koje možete da naučite o problemu koji vam je važan i da se bavite njime. Možete:

- Istražite problem ili saznati više o njemu
- Razgovarajte i slušajte perspektive drugih
- Izrazite ili izrazite svoju perspektivu ili ideje o tome
- Preduzmite mere za rešavanje problema

Zamislite kako biste mogli da koristite onlajn alate, izvore, sajtove društvenih medija za ove prakse. Upišite 1-2 sledeća koraka ili akcije u svaki okvir matrice ispod.

Istražite = Analizirajte i procenite informacije kako bi saznali i istražili hitna građanska i politička pitanja. <i>Šta sledeće možete da uradite kako biste naučili nešto o ovom problemu?</i>	Razgovarajte = Da biste se uključili u dijalog, naučite o više perspektiva i dajte povratne informacije onima koji imaju uticaj. <i>Šta biste mogli dalje da uradite da biste razgovarali i saslušali stavove drugih o ovom pitanju?</i>
Izrazite = izrazite svoju perspektivu i širite informacije o pitanjima koja su vam bitna. <i>Šta biste mogli da uradite pored toga da iznesete ili izrazite svoje gledište o ovom pitanju sa svojim zajednicama?</i>	Preduzmite akciju = Uključite se i radite sa drugima na postizanju građanskih i političkih ciljeva. <i>Šta biste mogli dalje da uradite da preduzmete mere i rešite ovaj problem na neki način?</i>