



Do you know  
**YOUR** DEMOCRACY?

# FACT

HANDBOOK

## DISINFORMATION, MEDIA AND MANIPULATION WITH MEDIA IN DEMOCRATIC SOCIETIES AND HOW TO STAY DEMOCRATIC IN THESE TIMES

Do you know your democracy?



Co-funded by  
the European Union



## НАСЛОВ

### Прирачник “Дезинформации, медиуми и манипулација со медиумите во демократските општества и како да останеме демократски во овие времиња“

За лица кои работат со млади/едукатори/наставници, содржи конкретни работилници.

## ПРОЕКТ

Дали ја познаваш ТВОЈАТА ДЕМОКРАТИЈА?

## ПАРТНЕРИ

Carousel 8 (Хрватска)  
Youth Council Next Generation (С. Македонија)  
La Génération de Demain (Франција)  
Well-being Lab (Шведска)  
Learning Library (Естонија)

## АВТОРИ

Славе Костадинов  
Емануел Каристи

## ИЗДАВАЧ

Carousel 8



**Co-funded by  
the European Union**

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

# Содржина

---

Вовед	<b>4</b>
-------	----------

---

За проектот	<b>5</b>
-------------	----------

---

Партнери	<b>7</b>
----------	----------

---

Едукативни сесии – за младински работници, едукатори и наставници	<b>10</b>
<b>1.</b> Разбирање на комуникациските бариери преку моделот на Шенон и Вивер	<b>12</b>
<b>2.</b> Дебата за медиумски политики: права, одговорности и слободи во дигиталната ера	<b>17</b>
<b>3.</b> Бегство од бункерот: Морални и етички предизвици во медиумската писменост и перцепција	<b>20</b>
<b>4.</b> Истражување на медиумските трендови и нивното влијание во Европа	<b>23</b>
<b>5.</b> Градење медиумска писменост: Разбирање на МИП, откривање лажни вести и идентификување на логички заблуди	<b>26</b>
<b>6.</b> Лабораторија за заговори: Истражување на медиумската манипулација и ширењето на дезинформации	<b>38</b>
<b>7.</b> Медиумски пејзаж во денешното општество преку уметност	<b>41</b>
<b>8.</b> Работилница за учесници 2: “Дали медиумите треба да бидат цензурирани?”	<b>44</b>
<b>9.</b> Работилница за учесници 3: Тивка агресија: Откривање на знаците на сајбер насилство	<b>48</b>
<b>10.</b> Анализа на медиумски пристрасности: Компаративна студија	<b>56</b>

---

Ресурси	<b>60</b>
---------	-----------



# Вовед

Овој прирачник се базира на Активноста за Учење, Предавање, Обука (ЛТТА) “Дезинформации, Медиуми и Манипулација во Демократските Општества,” дел од проектот “Дали ги знаете Вашата Демократија?” Одржана од 04.10.2024 до 14.10.2024 во Avrillé-les-Popseaux, Франција, оваа ЛТТА се фокусира на неформално образование и учење преку практично искуство. ЛТТА имаше за цел да изгради вештини кај младинските лидери во областа на медиумската писменост, препознавање на дезинформации, медиумска манипулација и улогата на медиумите во демократските општества. Преку интерактивни сесии, учесниците развиваа учебни цели, истражуваа свои лимити и разменуваа идеи за добри практики во овие области. Овој прирачник вклучува 10 работилници на теми како улогата на медиумите во општеството, влијанието на социјалните медиуми, медиумите и демократијата, идентификување на лажни вести и дезинформации во контекстот на ЕУ и Балканот. Дизајниран за флексибилна употреба во различни средини (училишта, младински организации, онлајн/офлајн), тој вклучува работилници кои се подобрени врз основа на повратните информации од учесниците за да им помогне на младинските лидери во образованието на другите. Се надеваме дека овој ресурс ќе им помогне на младинските работници, образователите и наставниците во создавањето информирани и демократски заедници. Тој служи и како почетна точка за нови проекти и практичен алат за обука во медиумска писменост и демократско ангажирање.

# За проектот

Денеска во Европа сведочиме на различни феномени: намалување на просторот за граѓанското општество, пораст на популизмот и нелибералните режими, пад на довербата во институциите, променлива улога на медиумите и ширење на лажни вести, недостаток на пристап до права и брз развој на дигиталните технологии. Сето ова заедно влијае на политичката партиципација, особено на младите луѓе (извор: SALTO). Според проценката на потребите и истражувањето, младите кои недостасуваат политичка и медиумска писменост и се најмалку активни и ангажирани во демократските процеси припаѓаат на NEET младите или младите кои се соочуваат со економски потешкотии. Со цел да ги адресираме овие потреби на долг рок, основавме 5 центри за младински лидери (2 дигитални - во Шведска и Естонија и 3 во живо - во Хрватска, Северна Македонија и Франција) каде ќе организираме работилници на локално ниво (лице во лице, онлајн и комбинирани активности) кои ќе ја подигнат политичката писменост и компетенциите за активното граѓанство на овие млади. Во овие центри, младите луѓе ќе создаваат и промовираат култура на

активно учество. Но прво, треба да ги едуцираме нашите младински лидери да развиваат и имплементираат работилници на овие теми. Соодветно на тоа, развиваме концепт за имплементација на активности и производство на резултати фокусирани на 2 главни меѓусебно поврзани теми: 1. демократија; демократски вредности; важноста на демократијата во нашите општества; политичка партиципација; 2. медиумска писменост; дезинформации; лажни вести како средство за пропаганда за напади врз демократијата. Признавањето на вредностите на ЕУ од страна на младите, вклучително човековите права, демократијата и владеењето на правото, и активното ангажирање на младите во политичките процеси е од клучно значење бидејќи преку демократското учество, младите можат да помогнат да го обликуваат иднината во која сакаат да живеат. Поголемото учество и вложување во граѓанскиот и демократскиот живот на локално, регионално, национално и европско ниво ќе овозможат поцврсти општества и просперитет во иднината и за ЕУ и за младите.

## Специфични цели на проектот се:

- 01** Развој и подобрување на партнерствата и младинските можности меѓу северот, југот, истокот и западот на Европа на теми за демократија, демократски општества, основен активизам, медиумска писменост и нејзината поврзаност со демократските општества; преку развој на образовни можности за младински лидери, образовни материјали за идни образовања на младински лидери, дигитална табла/картичка игра, и со овозможување директни можности за младите да ги развијат и користат своите вештини создавајќи образовна дигитална табла/картичка игра на теми за демократија, основен активизам и медиумска писменост како основи во модерните демократски општества.
- 02** Зголемување на знаењето, вештините и ставовите на младинските лидери низ 5 партнерски земји и партнерски организации за развој, спроведување и евалуација на младински активности и програми фокусирани на демократија, значењето на демократијата во денешното општество, медиумска писменост и ракување со дезинформации и нивната поврзаност со демократските општества; преку LTТА 1: “Демократија, нејзиното значење и нашите локални заедници како демократски општества“ и LTТА 2: “Дезинформации, медиуми и манипулација со медиумите во демократските општества и како да останеме демократски во овие времиња“; на кои ќе бидат вклучени по 30 учесници по LTТА (вкупно 60 младински лидери, од кои некои се младински работници, вклучувајќи тренери, експерти и персонал).

- 03** Подобрување и зголемување на постојните капацитети на проектните партнери за развој, имплементација и оценување на локални и меѓународни проекти фокусирани на ангажирање и поврзување на младите во локалните заедници за развој на критичко размислување и вештини поврзани со демократија и превенција на медиумски дезинформации преку Центри за млади лидери кои ќе ги водат младински лидери обучени на LTТА и имплементираат последователни активности по LTТА 1 и LTТА 2 на кои ќе учествуваат најмалку 25 учесници од секој од петте партнери (вкупно 250 учесници во 5 центри и последователни активности).
- 04** Развивање на компетенции за младински лидери за едукација на младите на теми на демократија, важноста на демократијата во денешното општество, медиумска писменост и справување со дезинформации и нивната поврзаност со демократските општества преку развој и објавување на два образовни прирачника кои ќе се користат во активностите на Центрите за млади лидери преку кои младински лидери со поддршка на искусни младински работници ќе ги имплементираат следните активности (50 учесници по партнер, вкупно 250 учесници), активности за дисеминација (30 учесници по партнер, вкупно 150 учесници) и 2 прирачника ќе бидат достапни на веб-страниците на партнерските организации и веб-страниците на ресурсните центри за младинска работа.
- 05** Развој и понатамошно подобрување на знаењата и вештините на младите луѓе од 5 партнерски земји, но и цела Европа; на теми за демократија, демократски општества, гласрут активизам, медиумска писменост и нејзината поврзаност со демократските општества; преку учество во Центрите за Млади Лидери: учење за демократијата и учеството, развој на нивните активности и кампањи како алтернативен начин на политичко учество и практикување на нивното активно граѓанство, развој на табла и картичка игра, пилотирање на развиената образовна игра и учество во промоцијата на конечните производи на релевантни образовни платформи и социјални медиуми.
- 06** Ангажирање, поврзување и оспособување на младите за учество во демократскиот процес и во општеството преку Центрите за Млади Лидери и Младинска Размена каде ќе истражуваат заедно темите за демократија и политичко учество, и ќе развиваат и разменуваат заеднички идеи за акција.
- 07** Вклучување во интензивни активности за ширење и искористување на новопроизведените производи и ангажирање на најмалку 150 учесници (со посебен акцент на поголемото ангажирање на младите од NEET и млади со помалку можности) во нашите младински активности фокусирани на теми за демократија, демократски општества, основен активизам, медиумска писменост и нејзината поврзаност со демократските општества; преку, но не ограничено на, употреба на табла и картичка игра за младите луѓе и образовни прирачници за младински лидери и младински работници.

# Партнери

## Carousel 8, Хрватска

[carousel8.org](http://carousel8.org)

Carousel 8 (C8) од Хрватска е невладина организација од Загреб, основана со цел да обезбеди можности за учење и волонтирање за младите со помалку можности. Главните цели на C8 се промовирање на волонтерството и активно граѓанство; промовирање на неформалното образование; промовирање на свеста за развојот на граѓанското општество; вклучување на луѓето во социјалниот и културниот живот. Особено релевантно за оваа проект е тоа што C8 има богато искуство во организирање на едукативни работилници за средношколци во регионот на Загреб, каде што работат на промоција на активно граѓанство, можности за волонтирање за младите и основи на MIL (медиумска

и информациска писменост). Дополнително, тие имаат искуство во работа со млади на теми на демократски вредности, како и развој на вештини и компетенции потребни за подобрување на медиумската писменост и критичкото размислување. На меѓународно ниво, тие координираат и имплементираат неколку КА1 (мобилности за младински работници) проекти за волонтирање, управување со волонтери и менторство во меѓународна средина. C8 има 5 лица кои редовно се ангажирани како тренери и координатори на проекти, и најмалку 150 лица на меѓународно ниво и 250 лица на локално ниво вклучени како ученици на едукативни проекти.

## Youth Council Next Generation, Северна Македонија

[nextgeneration.com.mk](http://nextgeneration.com.mk)

Youth Council Next Generation е непрофитна, невладина организација основана во февруари 2010 година во Скопје, Република Северна Македонија. Next Generation го зајакнува учеството на младите преку имплементација на проекти и иницијативи насочени кон развој на младите во нашата локална, како и национална и меѓународна заедница. Темелот на нивната организација лежи во искуството на нивните членови во младинската работа, неформалното образование, активно учество и социјален активизам, кои се здружија за да овозможат можности и мобилности за учење за младите луѓе со цел да се развијат во образовани и свесни личности кои активно

учествуваат во општеството. Со други зборови, тие се стремат да придонесат за создавање генерација на млади опремени со компетенции, вредности и ставови на активни и одговорни граѓани, преку овозможување учество во младински проекти и активности кои покриваат различни социјални теми. Нивниот придонес за овој проект е преку богато искуство во организирање и имплементација на едукативни активности за младински лидери и млади луѓе (младински размени, студиски посети, тренинг курсеви...) и имплементација на меѓународни активности финансирани преку програмата Еразмус+.

## Learning Library, Естонија

[learning-library.net](https://learning-library.net)

Learning Library од Естонија е мала едукативна технолошка компанија која обезбедува образовни алатки и решенија за компании и невладини организации. Идејата за компанијата беше создадена во 2021 година, додека официјалната регистрација на компанијата беше направена во 2022 година. Learning Library ги обединува експертите од образованието, младинската работа, човечките ресурси (HR) и информациската технологија (IT) со една цел – да помогне во дигитализацијата на учењето и да ги едуцира индивидуите за подобрување на локалните заедници. Learning Library работи во полето на образованието, комбинирајќи различни методи од неформалното образование и бизнис секторот. Компанијата соработува со различни национални и меѓународни организации и компании. Од почетокот на постоенето на компанијата, Learning Library обезбедува услуги и поддршка на неколку мали локални организации во развојот на онлајн учење и веб-страници. Моментално, Learning Library е вклучена во развојот на 8 големи

онлајн курсеви за учење и 3 онлајн платформи за учење. Компанијата вработува 2 водечки членови на персоналот и континуирано соработува со 10 IT професионалци, 7 дизајн експерти, 10 образовни професионалци и повеќе од 20 индивидуи со вештини во полето на младинската работа, претприемништвото, екологијата и одржливоста.

Додадената вредност на Learning Library во овој специфичен конзорциум е постигната преку две различни работи: Прво, тие ќе бидат технички партнер одговорен за развојот на онлајн едукацијата преку нивното искуство и експертиза што ќе користи на сите други младински работни организации и млади луѓе вклучени во проектот. Второ, преку блиска соработка со општинскиот младински центар од Талин, Learning Library ќе вклучи младински работници, младински лидери и млади луѓе од два младински центри во Талин (MANK и KENK) за да бидат дел од овој проект, директно придонесувајќи за младите.

## Association la Generation de Demain, Франција

[lagenerationdedemain.com](https://lagenerationdedemain.com)

La Generation de Demain е непрофитна, невладина организација основана во 2020 година во Бордо, Франција. Преку нашите иницијативи, целиме да спроведуваме различни проекти вклучувајќи меѓународни младински размени за да ја подигнеме свеста за иднината и да ја направиме подобра. Здружението е посветено на споделување на принципи и вредности кои се од голема важност во секојдневниот живот, поттикнувајќи спокоен и хармоничен соживот.

Нашите главни цели вклучуваат подигање на еколошката свест кај младата генерација, зајакнување на глобалната солидарност, промовирање на придобивките од волонтирањето, напредување на неформалното

образование, борба против социјалната изолација и учење за ефективна употреба на социјалните мрежи за општествена корист. Исто така, целиме да ја подобриме културната отвореност, јазичните вештини и интеркултурната интеракција преку вклучување на луѓе од различни националности, поттикнувајќи љубов за споделување и меѓусебна почит.

Ние сме млада, динамична екипа посветена на помагање на секој индивидуалец да стане најдобрата верзија на себе и да му понудиме на оваа планета грижата што ја заслужува. Со тоа, секој индивидуалец ќе може да напредува и да расте од ова искуство додека позитивно придонесува за светот околу себе.

## Well Being Lab, Шведска

[wellbeinglab.org](https://wellbeinglab.org)

“Well-being Lab“ е јавна образовна организација која се фокусира на промовирање на благосостојбата и психолошкото здравје меѓу организациите, индивидуите и едукаторите кои работат во Малмо и Шведска. Како образовна организација, Well-being Lab е водена од едукатори, проектни писатели, фасилитатори и тренери кои се посветени на обезбедување на можности за неформално образование (NFE) и доживотно учење.

Организацијата користи различни пристапи и методи за да им помогне на младите и возрасните да ја разберат важноста на благосостојбата, менталното здравје и заедницата. Искуството што го носат е главно поврзано со активности на локално ниво, каде што работат во географски изолирани и тешко достапни области на северот на Шведска. Вклучувањето на тие млади со помалку можности што е корисно за проектот.





# ЕДУКАТИВНИ СЕСИИ – ЗА МЛАДИНСКИ РАБОТНИЦИ, ЕДУКАТОРИ И НАСТАВНИЦИ

Во овој дел од прирачникот, ви претставуваме 10 целосни работилници подготвени за имплементација. Овие сесии се адаптирани од сесиите кои се одржаа за време на ЛТТА (Активност за учење, настава и обука), и можат да се користат како целосен сет за долгорочни обуки или како одделни сесии за справување со специфичните потреби на целната група.

Секоја сесија има објаснето позадина, цел, цели и компетенции кои се развиваат. Во списокот на материјали и текот на сесијата ќе најдете повеќе детали за конкретните чекори на сесијата и потребните материјали. Препорачуваме поискусните младински работници/едукатори/наставници да ги адаптираат сесиите според специфичностите на групата со која работат и ресурсите кои ги имаат на располагање.

На крајот на секоја сесија има список на препораки за понатамошна употреба на сесијата. Овие препораки содржат корисни информации за едукаторите, кои треба да се земат во предвид во текот на подготовката за сесијата.

# Сесии

1. Разбирање на комуникациските бариери преку моделот на Шенон и Вивер **12**
2. Дебата за медиумски политики: права, одговорности и слободи во дигиталната ера **17**
3. Бегство од бункерот: Морални и етички предизвици во медиумската писменост и перцепција **20**
4. Истражување на медиумските трендови и нивното влијание во Европа **23**
5. Градење медиумска писменост: Разбирање на МИП, откривање лажни вести и идентификување на логички заблуди **26**
6. Лабораторија за заговори: Истражување на медиумската манипулација и ширењето на дезинформации **38**
7. Медиумски пејзаж во денешното општество преку уметност **41**
8. Работилница за учесници 2: “Дали медиумите треба да бидат цензурирани?” **44**
9. Работилница за учесници 3: Тивка агресија: Откривање на знаците на сајбер насилство **48**
10. Анализа на медиумски пристрасности: Компаративна студија **56**

# Разбирање на комуникациските бариери преку моделот на Шенон и Вивер

## ЦЕЛ НА СЕСИЈАТА

Да се запознаат учесниците со комуникацискиот циклус на Шенон и Вивер, истражувајќи ги бариерите во комуникацијата и филтрите за кодирање/декодирање при преносот на пораките.



## ПОТРЕБНИ МАТЕРИЈАЛИ

- Паметни телефони
- Dixit карти или илустрации од модерна уметност (со необични сценарија)
- Хартија, пенкала, маркери / дрвени бои



## ЦЕЛИ

- Разбирање на улогата на медиумите во секојдневниот живот
- Идентификување на бариерите во комуникацијата и анализа на кодирањето и декодирањето на пораките
- Истражување на практичните аспекти на изобличувањето на пораката во комуникацијата



## КОМПЕТЕНЦИИ КОИ СЕ РАЗВИВААТ

- Медиумска писменост
- Критичко размислување
- Ефективна комуникација



## МЕТОДОЛОГИЈА И МЕТОДИ

- Бреинсторминг
- Групна работа
- Интерактивни активности преку мимика и цртање

## 1. Вовед и рефлексја за медиумите

15 мин.

- Побарајте од учесниците да ги проверат поставките на нивните телефони за времето поминато на социјални мрежи и апликации поврзани со медиумите. Искористете го приложениот слајд за насоки како да ги проверат податоците, на пример преку опцијата “Screen Time” на iOS или “Digital Wellbeing” на Android.
- Овозможете кратка рефлексја така што ќе побарате од учесниците да споделат како се чувствуваат во врска со нивната медиумска консумација и да дискутираат за евентуални сознанија за нивните медиумски навики.

## 2. Дефинирање и бреинсторминг за медиумите

15 мин.

- Презентирајте го слајдот со дефиниција за “медиуми” и поканете ги учесниците да дадат примери за медиуми со кои се среќаваат во секојдневниот живот (на пр.: новински веб-страници, социјални медиуми, ТВ, радио, весници).
- Запишете ги примерите на учесниците на флипчарт или табла, поттикнувајќи отворена дискусија за разновидните форми и улоги на медиумите во нивните животи.

## 3. Поделба во групи и инструкции

5 мин.

- Поделете ги учесниците во групи од по 5, така што ќе бидат наредени во линија каде секој учесник гледа спротивно од останатите во групата. Објаснете дека секој учесник во низата ќе има различна улога во комуникацискиот синџир, симулирајќи ги кодирањето, декодирањето и можните бариери во комуникацискиот процес.
- Накратко објаснете ги чекорите на активноста: набљудување, мимика, вербална комуникација, пишување и цртање.

## 4. Активност: Комуникациски циклус

25 мин.

- **Чекор 1:** Првиот учесник во секоја група добива илустрација (Dixit картичка или модерна уметност со невообичаена сцена) и има 1 минута внимателно да ја набљудува
- **Чекор 2:** По истекот на првата минута, првиот учесник се врти кон вториот во линијата и со мимика го пренесува она што го набљудувал на илустрацијата. Учесникот има 1 минута за мимиката, без да користи зборови.
- **Чекор 3:** Вториот учесник внимателно ја набљудува мимиката, и по истекот на минута, се врти кон третиот учесник и вербално му го опишува она што го разбрал. За ова има 1 минута, користејќи само зборови.
- **Чекор 4:** Третиот учесник, врз основа на она што го слушнал од вториот, во текот на 1 минута запишува краток опис или “приказна”.
- **Чекор 5:** Третиот учесник потоа го предава пишаниот опис на четвртиот учесник, кој има 1 минута да ја интерпретира приказната и да направи цртеж врз основа на своето разбирање.
- **Финална споредба:** Петтиот учесник, кој го добива финалниот цртеж, го споредува со оригиналната илустрација. Ја нагласува сличноста и разликата помеѓу двата цртежа, при што забележува каде комуникациските бариери можеби довеле до погрешни толкувања.

## 5. Вовед во комуникацискиот модел и бариерите

15 мин.

- По активноста, воведете го комуникацискиот циклус на Шенон и Вивер, објаснувајќи ги концептите на кодирање, декодирање, канал, шум и повратна информација.
- Дискутирајте за можните бариери во комуникацијата, како што се перцептивни, емоционални, јазични, културни и физички бариери. Користете го соодветниот слајд за да ја илустрирате секоја бариера и да дадете примери од секојдневниот живот, со цел да го појасните влијанието кое овие бариери можат да го имаат врз комуникацијата.
- Нагласете дека пораките често се изобличуваат поради овие бариери и дека проблемите со кодирање и декодирање се многу чести. Прикажете го слајдот “Внимание” (“Caution”) за да го истакнете концептот дека начинот на кој пораката е испратена и начинот на кој е разбрана можат значително да се разликуваат.

## 6. Дебрифинг и рефлексija

15 мин.

- Соберете ги сите учесници во круг за да разговараат за нивните искуства од активноста. Поттикнете ги да размислат за прашања како што се:
  - Како се чувствувавте за време на процесот?
  - Со какви предизвици се соочивте додека се обидувавте да ја пренесете пораката?
  - Како пораката се промени од оригиналната до финалната интерпретација?
- Користете го слајдот “Влијание на бариерите” за да ги илустрирате примерите.
- Побарајте од учесниците да размислат за реални ситуации каде се среќаваат слични комуникациски бариери и како можат да ја применат оваа свесност во нивните лични и професионални интеракции.



### Поделба во групи

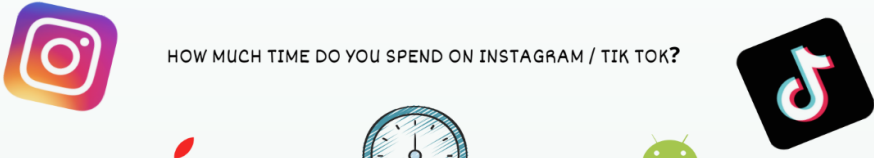
Поделете ги учесниците во групи од по 5. Прилагодете го бројот на групите според вкупниот број на учесници (на пр.: 6 групи за 30 учесници, 7 групи за 35 учесници).

### Препораки за обучувачи




i

- Поттикнете ги учесниците да се фокусираат на точноста, а не на брзината при преносот на пораката.
- Нагласете дека грешките и изобличувањата во комуникацијата се природни и нудат вредни сознанија за учење.
- Размислете за користење на алатка за дебрифинг, како што е табелата “Плус/Делта”, каде учесниците ќе забележат што поинаку добро (“Плус”) и што би можело да се подобри (“Делта”).
- Искористете го завршниот дебрифинг за да ги поврзете резултатите од активноста со пошироките теми за медиумска писменост и изобличување на информациите.

Анекси



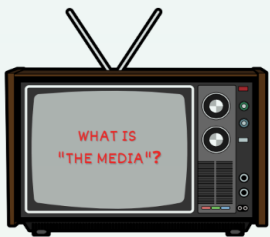
### HOW MUCH TIME DO YOU SPEND ON INSTAGRAM / TIK TOK?


Go to Settings.  
Tap Screen Time.  
Tap See All Activity under the graph.  
Scroll down to see a list of apps and their corresponding usage time.  
Look for social media apps like Facebook, Instagram, Twitter, etc.

Go to Settings.  
Tap Digital Wellbeing & parental controls (or just Digital Wellbeing).  
Tap the Dashboard option.  
You'll see a screen with all your apps, their usage time and screen unlocks. You can also tap on any app to see how much time you've spent on it, per day, over the last week or so.

Слајд со упатства за проверка на времето на користење на медиуми



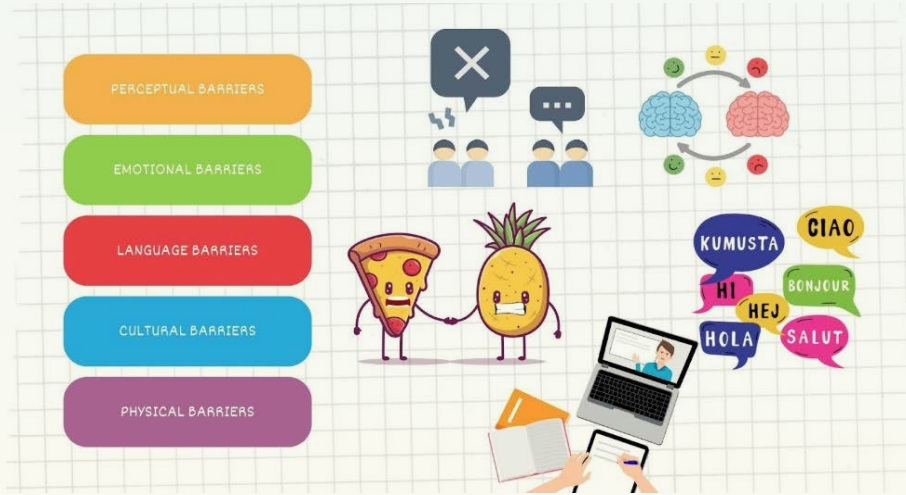
In the strictest meaning of the word, a medium is a channel of communication, a method by which a message is sent to an audience. Media, as the plural of Medium, means simply more than one format for communicating or presenting information.



**medium** (*plural media or mediums*)

1. The material of the surrounding environment, e.g. solid, liquid, gas, vacuum, or a specific substance such as a solvent.
2. The materials or empty space through which signals, waves or forces pass. [quotations ▼]
3. A format for communicating or presenting information. [quotations ▼]
4. (*microbiology*) A nutrient substance, commonly a solution or solid, for the growth of cells *in vitro*. [quotations ▼]
5. (*biology, horticulture etc.*) A substance, structure, or environment in which living organisms subsist, grow or are cultured. [quotations ▼]
6. A means, channel, agency or go-between through which communication, commerce, etc is conveyed or carried on, or by which an aim is achieved. |

Слајд со дефиниција за медиуми



PERCEPTUAL BARRIERS

EMOTIONAL BARRIERS

LANGUAGE BARRIERS

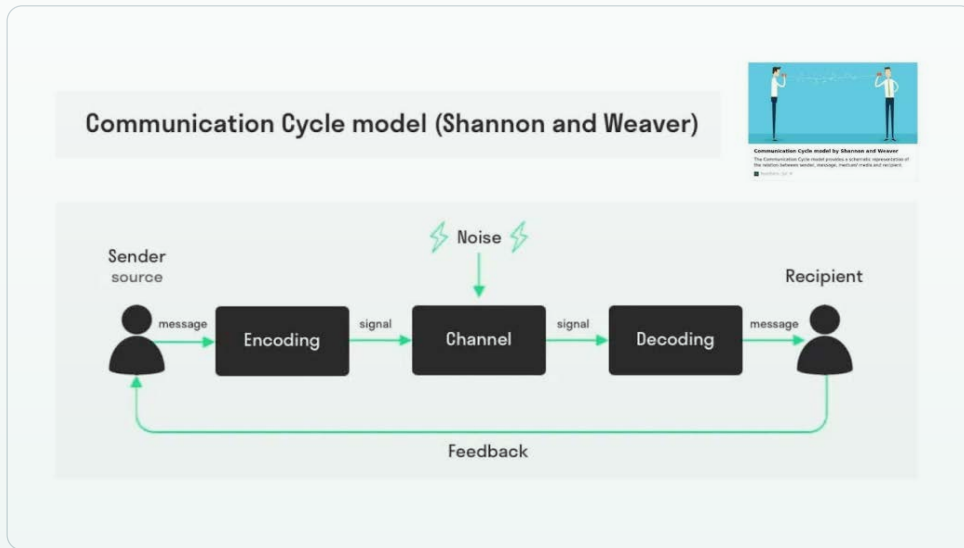
CULTURAL BARRIERS

PHYSICAL BARRIERS

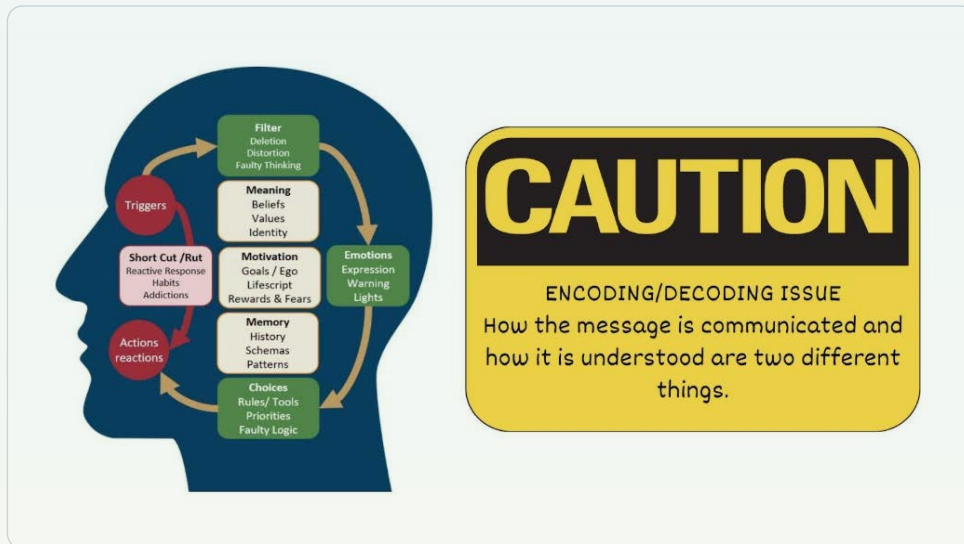
KUMUSTA CIAO  
HI HEJ BONJOUR  
HOLA SALUT

Слајд за бариери во комуникацијата

Анекси



Слајд за комуникацискиот циклус на Шенон и Вивер



Слајд “Внимание” за проблемите со кодирање и декодирање



Dixit картички или илустрации на модерна уметност (со невообичаени сценарија)



# Дебата за медиумски политики: права, одговорности и слободи во дигиталната ера

## ЦЕЛ НА СЕСИЈАТА

Да се истражат контроверзни теми поврзани со медиумските политики, со фокус на одговорност, цензура, демократија и слобода на говор.



## ПОТРЕБНИ МАТЕРИЈАЛИ

- Слободен простор, долг сид и 2 столица
- Хартија (A4) и обоени пенкала за изработка на знаци
- Леплива лента
- Мали картички и пенкала за белешки (опционално)



## ЦЕЛИ

- Критичко проценување на сложените прашања поврзани со медиумските политики
- Вежбање и развој на вештини за слушање, дискусија и убедување
- Промовирање на отвореност и кооперативна дебата за медиумски теми
- Зголемување на комуникациските вештини на учесниците



## КОМПЕТЕНЦИИ КОИ СЕ РАЗВИВААТ

- Критичко размислување и аналитички вештини
- Граѓанско знаење и ангажираност
- Ефективна комуникација и дебата



## МЕТОДОЛОГИЈА И МЕТОДИ

- Активност базирана на дебата
- Активно учество и рефлексција

## 1. Вовед и позиционирање

5 мин.

- Претставете ја темата и целите на работилницата.
- Објаснете дека учесниците ќе дебатираат серија изјави поврзани со медиумските политики.
- Поставете два знаци на краевите на долг сид, еден што претставува “Се согласувам” и другиот “Не се согласувам”
- Изберете ја првата изјава од листата подолу, прочитајте ја наглас и побарајте од учесниците да се позиционираат по сидот според тоа колку се согласуваат или не се согласуваат со неа.

## 2. Дебатен круг 1 - Почетен аргумент

5 мин.

- Поканете ги двајцата учесници што се на најоддалечените краеве на сидот да седнат на столиците во центарот.
- Опционално, дозволете двајца за “Се согласувам” и двајца за “Не се согласувам” за да има поширок спектар на перспективи.
- Секој има 2,5 минути (или ако се во пар, секој има 1 до 1,5 минути) да објасни зошто се согласува или не се согласува со изјавата, зборувајќи наизменично ако има повеќе говорници на секоја страна. Не се дозволуваат прекини; сите слушаат во тишина.

## 3. Групна поделба и подготовка на аргументи

5 мин.

- По почетните аргументи, побарајте од учесниците да застанат зад говорникот со кого најмногу се согласуваат. Учесниците што се во средина мора да изберат страна и не можат да останат неодлучни.
- Дозволете на секоја група 5 минути да ги подготви своите аргументи во поддршка на својата позиција, избирајќи различни говорници што ќе ги презентираат овие аргументи.

## 4. Дебатен круг 2

5 мин.

- Новите говорници од секоја група наизменично (1 до 1,5 минути по говорник ако има повеќе, или 2,5 минути за еден говорник) ги презентираат аргументите на својата група.
- По двата аргумента, дозволете им на учесниците да ја сменат страната ако ги сметале аргументите на спротивната група за убедливи.

## 5. Повторување со нови изјави

60 мин.

Продолжете го процесот со уште две дополнителни изјави, посветувајќи приближно 15 минути на секоја. Предложени изјави:

- “Медиумите треба да сносат правна одговорност за ширење лажни информации, дури и ако е ненамерно.”
- “Платформите за социјални медиуми направија повеќе штета отколку корист за демократијата.”
- “Во време на криза, владите треба да имаат право да ги контролираат медиумските наративи за да обезбедат стабилност.”
- “Слободата на печатот никогаш не треба да биде компромитирана, дури и ако тоа доведува до ширење на дезинформации.”

## 6. Дебрифинг

10 мин.

Соберете ги сите учесници во круг и водете рефлексивна дискусија со следните прашања:

- Дали некој го промени своето мислење за време на дебатите? Кои аргументи ве убедија?
- Дали учесниците беа под влијание на фактори освен аргументите, како што се притисок од групата или емоционално изразување?
- За оние што не го променија своето мислење, дали дискусијата имаше вредност? Дали некој доказ би можел да ги убеди?
- Зошто луѓето имаат различни мислења за медиумските политики? Што треба да се направи во врска со оваа разновидност на мислења во демократско општество?
- Дали сите мислења треба да бидат толерирани во демократија?
- Како се чувствуваше тоа да бидеш претставен од некој друг, и како се чувствуваше да зборуваш во име на група?

### Изјави за дискусија

Изберете од следните изјави според интересите на вашата група и целите на работилницата:

- “Медиумите треба да сносат правна одговорност за ширење лажни информации, дури и ако е ненамерно.”
- “Платформите за социјални медиуми направија повеќе штета отколку корист за демократијата.”
- “Медиумската манипулација е неизбежна во демократските општества поради конкуренцијата за внимание.”
- “Граѓанското новинарство ја поткопува кредибилноста на професионалните медиуми.”
- “Во време на криза, цензурата на медиумите може да биде оправдана за одржување на националната безбедност.”
- “Родителите кои им дозволуваат на своите мали деца да користат паметни телефони не успеваат како пример за углед.”
- “Алатките со вештачка интелигенција за откривање и цензура на дезинформации претставуваат значителна закана за слободата на говор.”

### Препораки за обучувачи

- Прилагодете го бројот на говорници на секоја страна за да овозможите флексибилност и разновидност на перспективи. Ако користите двајца говорници по страна, намалете го времето за говорење на 1-1,5 минути по говорник.
- Држете го почетното позиционирање кратко за да се максимизира времето за дебата.
- Поттикнувајте ги учесниците критички да размислуваат и да изнесуваат убедливи аргументи.
- Одржувајте флексибилност во текот на сесијата за да се обезбедат динамични дискусии.
- Дозволете кратки белешки за говорниците за време на презентациите.
- Создадете отворена атмосфера, охрабрувајќи разновидни перспективи.



# Бегство од бункерот: Морални и етички предизвици во медиумската писменост и перцепција

## ЦЕЛ НА СЕСИЈАТА

Да ги ангажираат учесниците во критичко донесување одлуки под притисок, рефлектирајќи врз предрасудите, стереотипите и перцепциите, како и врз клучните прашања во медиумската писменост и дезинформациите.



## ПОТРЕБНИ МАТЕРИЈАЛИ

- РТабла или флипчарт (Опционално)
- Бележници/хартија и пенкала



## ЦЕЛИ

- Да се идентификува како предрасудите и стереотипите влијаат врз нашите перцепции и одлучување, слично на влијанието на медиумите врз јавното мислење
- Да се истражи како нецелосни или манипулирани информации можат да влијаат врз критичкото размислување и групниот консензус
- Да се вежбаат соработка, убедување и преговарање во предизвикувачки сценарија што ги одразуваат предизвиците на медиумската манипулација и дезинформациите



## КОМПЕТЕНЦИИ КОИ СЕ РАЗВИВААТ

- Критичко размислување и етичко расудување
- Медиумска писменост, особено во однос на влијанието на селективната информација
- Комуникација, преговарање и групно донесување одлуки



## МЕТОДОЛОГИЈА И МЕТОДИ

- Групна дискусија и вежба за приоретизација
- Улоги со анализа на карактери и динамични прилагодувања
- Рефлексија за личните и групните процеси на одлучување

## 1. Вовед и презентација на сценариото

5 мин.

Запознајте ги учесниците со сценариото:

*“Во време на војна, десет луѓе се засолниле во бункер што се распаѓа. Спасувачите можат да спасат само едно лице одеднаш, но не е сигурно дали сите ќе бидат спасени. Групата мора да одлучи кој ќе има приоритет за спасување.”*

## 2. Индивидуална рефлексивна и приоритизација

10 мин.

Доделете ги профилите на десетте лица што се во бункерот. Побарајте од секој учесник да направи лична листа, рангирајќи ги ликовите според редоследот во кој сметаат дека треба да бидат спасени. Охрабрете ги да ги разгледаат своите причини за секој избор, рефлектирајќи како ограничените информации што им се дадени можат да влијаат на нивните одлуки.

## 3. Групна дискусија за консензус – Почетно рангирање

20 мин.

- Формирајте мали групи (4-5 учесници во секоја) и побарајте од нив да ги споделат своите индивидуални листи и размислувања.
- Поставете задача на секоја група да постигне консензус за едно заедничко рангирање на десетте ликови. Охрабрете ги да дискутираат и да преговараат врз основа на групните приоритети, фокусирајќи се на тоа како колективните дискусии можат да ги променат индивидуалните перцепции.

## 4. Воведување на “пресврти” кај ликовите

15 мин.

- Претставете ги “пресвртите” кај секој лик (нови информации што се откриваат во средината на сценариото) и дистрибуирајте ги дополнителните информации до групите.
- Дозволете им на групите повторно да ги преиспитаат и дискутираат своите рангирања со оглед на новите информации. Тие можат да го прилагодат редоследот врз основа на овие промени и да дебатираат за какви било промени во нивните ставови, фокусирајќи се на тоа како новите информации можат да ги сменат мислењата и предрасудите.

## 5. Финален групен консензус и презентација

20 мин.

- Побарајте од секоја група да го финализира своето рангирање и да подготви кратко објаснување за нивните први три избори и последните три.
- Секоја група ја презентира својата конечна листа пред целата група, заедно со своето образложение, со посебен фокус на промените што ги направиле откако беа воведени “пресвртите”.

## 6. Дебрифинг и рефлексива

20 мин.

- Водете дискусија за процесот на донесување одлуки со следните прашања:
  - Како ограничените информации на почетокот ги обликуваа вашите мислења? Дали новите информации ги предизвикаа или потврдија вашите почетни претпоставки?
  - Дали препознавте лични предрасуди или стереотипи што влијаеја врз вашите одлуки? Како ова се поврзува со начинот на кој медиумите можат да го обликуваат јавното мислење?
  - Како групната динамика и воведувањето на нови факти го променија конечниот исход?
  - Можете ли да дадете примери каде медиумите влијаат врз перцепциите преку селективна информација или “фрејминг”?
  - Како се чувствувавте кога моравте да направите компромис за одредени избори за да постигнете консензус?
- Рефлексива за пошироките теми на медиумската писменост и дезинформациите. Дискутирајте како делумните или селективните информации влијаат врз перцепциите, одлуките и јавниот консензус.



### Препораки за обучувачи

- Потенцирајте како личните предрасуди можат да ги обликуваат мислењата и често се засилени од селективната информација, што е клучен елемент во медиумската манипулација.
- Охрабрете ги учесниците да размислат за тоа како конзумираат медиуми и како можат да применат критичко размислување за да избегнат пристрасни одлуки.
- Искористете го дебрифингот за да ги поврзете увидите од активноста со реални медиумски сценарија, помагајќи им на учесниците да ја разберат важноста на транспарентноста и целосните информации.

### Анекси

[Прв дел - Бегство од бункерот \(документ со почетни профили на ликовите\)](#)

[Втор дел - Бегство од бункерот \(документ со пресврти кај ликовите на средината на активноста\)](#)



# Истражување на медиумските трендови и нивното влијание во Европа

## ЦЕЛ НА СЕСИЈАТА

Да се анализираат и споредат моделите на користење на медиуми, нивното влијание и ефектите во различни европски земји, поттикнувајќи медиумска писменост и критичко размислување за националните и глобалните медиумски простори.



## ПОТРЕБНИ МАТЕРИЈАЛИ

- Лаптопи или паметни телефони
- Проектор за презентации



## ЦЕЛИ

- Да се подобри разбирањето за моделите на користење на медиуми и клучните трендови во земјите на учесниците.
- Да се развијат вештини за презентирање на статистички податоци
- Да се идентификуваат позитивните и негативните влијанија на медиумите врз општеството



## КОМПЕТЕНЦИИ КОИ СЕ РАЗВИВААТ

- Медиумска писменост и аналитички вештини
- Критичко размислување и проценка на информации
- Комуникациски и презентациски вештини



## МЕТОДОЛОГИЈА И МЕТОДИ

- Истражување и анализа на податоци
- Дигитални презентации
- Групни презентации и меѓусебно учење

## 1. Вовед во работилницата и глобалните медиумски трендови

10 мин.

Претставете го **Global Digital Report 2024 од Meltwater**, прикажувајќи општи податоци за трендовите во користењето на медиуми. Користете пример-слајд што прикажува **просечно време поминато на различни медиумски платформи на глобално ниво**, за да им дадете контекст на учесниците.

## 2. Истражување по земји и подготовка на презентации

40 мин.

- Поделете ги учесниците во национални тимови според нивните матични земји.
- Споделете го линкот до Canva темплејтот и упатете ги секој тим да подготви 2-3 слајд презентација користејќи податоци од Global Digital Report 2024 и дополнително истражување доколку е потребно.
- Секоја презентација треба да вклучи:
  - **Клучни статистички податоци за користење на медиуми:** Истакнете важни податоци како просечно време поминато на медиуми, најпопуларни медиумски канали, главните причини за медиумска потрошувачка во нивната земја.
  - **Еден негативен настан:** Опишете случај каде медиумите имале значително негативно влијание врз јавното мислење, општеството или политиката.
  - **Еден позитивен настан:** Споделете пример каде медиумите позитивно влијаеле врз општеството, промовирале позитивна промена или поддржале демократија.

## 3. Тимски презентации

30 мин.

- Дозволете на секој национален тим 4-5 минути да ги претстави своите наоди пред групата.
- Охрабрете ги тимовите да користат визуелизации и податоци ефективно, нагласувајќи го влијанието на медиумите врз општеството во нивната земја.

## 4. Дебрифинг и рефлексива

10 мин.

- Водете групна дискусија со следните прашања:
  - Кои сличности и разлики забележавте меѓу земјите во однос на користењето на медиумите?
  - Како позитивните и негативните настани што беа истакнати ја рефлектираат медиумската сцена во секоја земја?
  - Која улога играат медиумите во обликувањето на јавното мислење и однесување во вашата земја?
  - Дали оваа активност го промени вашето гледиште за улогата на медиумите во општеството?
- Завршете ја дискусијата со размислување за тоа како податоците и критичката анализа можат да ни помогнат подобро да го разбереме и да одговориме на медиумското влијание на информиран начин.

## Препораки за обучувачи

- Осигурајте дека учесниците имаат пристап до стабилен интернет и Global Digital Report 2024 од Meltwater.
- Поттикнете ги тимовите критички да анализираат и преиспитуваат податоците што ги наоѓаат, наместо само да ги презентираат бројките.
- Создадете отворена атмосфера, каде што учесниците ќе се чувствуваат слободни да споделуваат и позитивни и негативни примери поврзани со медиумите во нивните земји.

## Анекси

[Global Digital Report 2024 од Meltwater за референца](#)



**"MEDIA IN EUROPE"**

EXPLORE THE MEDIA LANDSCAPE IN YOUR COUNTRY AND CREATE A DIGITAL PRESENTATION THAT SUMMARIZES YOUR FINDINGS. YOUR PRESENTATION SHOULD BE 2-3 SLIDES LONG, USING THE PROVIDED CANVA TEMPLATE.

**DATA FROM THE GLOBAL DIGITAL REPORT 2023**  
(For example: Average time spent on media, key reasons citizens use media, most visited websites, etc.)

**ONE NEGATIVE EVENT**  
"Present a situation where the media had a significant negative influence."

**ONE POSITIVE EVENT**  
"Highlight a situation where media contributed to a positive outcome."

Use the Template on Canva (Max 3 slides)  
<https://bit.ly/3Yapl9o>

Canva темплејт за презентации создаден од учесниците





# Градење медиумска писменост: Разбирање на МИП, откривање лажни вести и идентификување на логички заблуди

## ЦЕЛ НА СЕСИЈАТА

Да ги поттикне учесниците критички да размислуваат за медиумските содржини, да ги разберат основните принципи на Медиумска и Информациона Писменост (МИП), и да научат како да препознаваат лажни вести и логички заблуди во медиумите.



## ПОТРЕБНИ МАТЕРИЈАЛИ

- Лаптопи или телефони
- Проектор за презентации
- Примероци од медиумски статии (вистински и манипулирани)
- Печатени или дигитални листи со логички заблуди



## ЦЕЛИ

- Да се запознаат со основите на Медиумска и Информациона Писменост (МИП)
- Да се развијат вештини за препознавање лажни вести и манипулативни медиумски тактики
- Да се идентификуваат логички заблуди што често се користат во медиумите



## КОМПЕТЕНЦИИ КОИ СЕ РАЗВИВААТ

- Критичко размислување и анализа на информации
- Медиумска писменост и препознавање манипулација
- Разбирање на логички аргументи и заблуди



## МЕТОДОЛОГИЈА И МЕТОДИ

- Презентација и објаснување на МИП и CRAAP методот
- Интерактивен квиз за логички заблуди
- Групна активност за анализа на медиумски статии

## 1. Вовед во петте закони на медиумска и информациска писменост (МИП)

10 мин.

- Презентирајте ја инфографиката на Петте закони на медиумска и информациска писменост од UNESCO.
- Накратко објаснете го секој закон:
  - **Закон 1:** Еднаква важност на сите форми на информации.
  - **Закон 2:** Овластување на сите да пристапуваат и создаваат информации.
  - **Закон 3:** Признавање на пристрасноста во информациите.
  - **Закон 4:** Право на информации и слобода на изразување.
  - **Закон 5:** МИП како постојан и доживотен процес.

## 2. Објаснување на CRAAP методот

10 мин.

- Воведете го CRAAP методот, алатка за евалуација на сигурноста на изворите на информации.
- Дефинирајте ги секој од елементите:
  - **Актуелност (Currency):** Временска релевантност на информацијата.
  - **Релевантност (Relevance):** Важноста на информацијата за вашите потреби.
  - **Авторитет (Authority):** Изворот на информацијата.
  - **Точност (Accuracy):** Доверливост и вистинитост на содржината.
  - **Намена (Purpose):** Причината за постоењето на информацијата.

## 3. Kahoot квиз за логички заблуди

20 мин.

- Одржете Kahoot квиз кој опфаќа најчести логички заблуди: Напад на личноста (Ad Hominem), Извртување на аргументот (Straw Man), Лажен избор (False Dilemma), Лизгава патека (Slippery Slope), Кржно расудување (Circular Reasoning), Брза Генерализација (Hasty Generalization), и Одвлекување на вниманието (Red Herring).
- Охрабрете ги учесниците да размислуваат критички за секоја заблуда и како се користи за манипулација во аргументи.

## 4. Групна активност – Идентификување логички заблуди во медиумски статии

35 мин.

- Поделете ги учесниците во мали групи од 4-5 луѓе.
- Обезбедете им на секоја група печатени примери од медиумски статии што содржат логички заблуди.
- Насочете ги групите да ги идентификуваат и да ги поврзат логичките заблуди со статиите.
- Во пленарна сесија, целата група ги презентира своите наоди и проверува дали точно ги поврзале статиите со логичките заблуди.

## 5. Дебрифинг и рефлексија

15 мин.

- Водете дискусија за наученото од сесијата:
  - Како разбирањето на Петте закони на МИП може да помогне во тоа да се биде одговорен медиумски корисник?
  - Како CRAAP методот помага во евалуацијата на кредибилноста на информациите?
  - Како препознавањето на логичките заблуди може да го подобри критичкото размислување?



### Препораки за обучувачи

- Направете ја сесијата интерактивна, охрабрувајќи прашања и примери за време на објаснувањата за МИП и CRAAP методот.
- Осигурајте се дека учесниците разбираат секоја логичка заблуда пред да започнат со групната активност.

## Анекси

**FIVE LAWS OF MEDIA AND INFORMATION LITERACY (MIL)**

**LAW 1**  
Information, communication, libraries, media, technology, the Internet as well as other forms of information providers are for use in critical civic engagement and sustainable development. They are equal in stature and none is more relevant than the other or should be ever treated as such.

**LAW 2**  
Every citizen is a creator of information/knowledge and has a message. They must be empowered to access new information/knowledge and to express themselves. MIL is for all - women and men equally - and a nexus of human rights.

**LAW 3**  
Information, knowledge, and messages are not always value neutral, or always independent of biases. Any conceptualization, use and application of MIL should make this truth transparent and understandable to all citizens.

**LAW 4**  
Every citizen wants to know and understand new information, knowledge and messages as well as to communicate, even if she/he is not aware, admits or expresses that he/she does. Her/his rights must however never be compromised.

**LAW 5**  
Media and information literacy is not acquired at once. It is a lived and dynamic experience and process. It is complete when it includes knowledge, skills and attitudes, when it covers access, evaluation/assessment, use, production and communication of information, media and technology content.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

Alton Grizzle and Jagtar Singh

Слика со Петте закони на медиумска и информациска писменост

Анекси

Опис на CRAAP методот

**C** **Currency**  
**The timeliness of the information**

- When was the information published or posted?
- Has the information been revised or updated?
- Does your topic require current information, or will older sources work as well?
- Are the links functional?

**R** **Relevance**  
**The importance of the information for your needs**

- Does the information relate to your topic or answer your question?
- Who is the intended audience?
- Is the information at an appropriate level (i.e. not too elementary or advanced for your needs)?
- Have you looked at a variety of sources before determining this is one you will use?
- Would you be comfortable citing this source in your research paper?

**A** **Authority**  
**The source of the information**

- Who is the author/publisher/source/sponsor?
- What are the author's credentials or organizational affiliations?
- Is the author qualified to write on the topic?
- Is there contact information, such as a publisher or email address?
- Does the URL reveal anything about the author or source?  
 examples: .com .edu .gov .org .net

**A** **Accuracy**  
**The reliability, truthfulness and correctness of the content**

- Where does the information come from?
- Is the information supported by evidence?
- Has the information been reviewed or refereed?
- Can you verify any of the information in another source or from personal knowledge?
- Does the language or tone seem unbiased and free of emotion?
- Are there spelling, grammar or typographical errors?

**P** **Purpose**  
**The reason the information exists**

- What is the purpose of the information? Is it to inform, teach, sell, entertain or persuade?
- Do the authors/sponsors make their intentions or purpose clear?
- Is the information fact, opinion or propaganda?
- Does the point of view appear objective and impartial?
- Are there political, ideological, cultural, religious, institutional or personal biases?

Adapted from the CSU Chico CRAAP Test for the UC San Diego Library

## Анекси

## ИНФОРМАЦИИ ЗА ПОСТАВУВАЊЕ КВИЗ

1/4

**1. Квиз**

Не ѝ верувај на нејзиното мислење за политика; таа отсекогаш била лоша по математика!

**Опции:**

- Напад на личноста
- Одвлекување на вниманието
- Лизгава патека
- Божествена претпоставка

**Одговор:**

Напад на личноста

**2. Слајд****Напад на личноста**

Напад на личноста е кога некој ја напаѓа личноста наместо нејзиниот аргумент. Наместо да одговори на тоа што личноста го тврди, тој/таа ја критикува самата личност. Тоа е како да се каже: “Не ми се допаѓа тоа што го зборуваш затоа што не ми се допаѓаш ти.”

**3. Квиз**

Сакаш повеќе средства за образование? Значи мислиш дека парите решаваат сè?

**Опции:**

- Когнитивна дисфункција
- Лажна причинско-последична врска
- Лизгава патека
- Извртување на аргументот

**Одговор:**

Извртување на аргументот

**4. Слајд****Извртување на аргументот**

Извртување на аргументот е кога некој погрешно го претставува или претерува аргументот на другата личност за полесно да го нападне. Тоа е како да се создаде лажна верзија на аргументот (“сламен човек”) и потоа да се побие таа лажна верзија наместо вистинскиот аргумент..

## ИНФОРМАЦИИ ЗА ПОСТАВУВАЊЕ КВИЗ

2/4

**5. Квиз**

Или ја поддржуваш слободата на говор, или ја мразиш слободата.

**Опции:**

- АКон свездите
- Кружен заклучок
- Контрадикција на термини
- Лажна дилема

**Одговор:**

Лажна дилема

**6. Слајд****Лажна дилема**

Овој аргумент ги принудува луѓето да изберат помеѓу два екстрема, игнорирајќи други алтернативи што може да бидат достапни.

**7. Квиз**

Ако ги забраниме засладените пијалаци, следно ќе ги забранат и пицата и бургерите!

**Опции:**

- Лажна дилема
- Еко-Аргумент
- Лизгава патека
- Лажна потврда

**Одговор:**

Лизгава патека

**8. Слајд****Лизгава патека**

Лизгава патека е логичка заблуда што се случува кога некој тврди дека еден мал чекор неизбежно ќе доведе до низа екстремни и негативни последици, без докази дека овие последици навистина ќе се случат.

## ИНФОРМАЦИИ ЗА ПОСТАВУВАЊЕ КВИЗ

3/4

**9. Квиз**

Сретнав еден некултурен човек од Париз, значи сите луѓе што живеат во Париз мора да се некултурни.

**Опции:**

- Брза Генерализација
- Аргумент само за одмор
- Лизгава патека
- Лажна дилема

**Одговор:**

Брза Генерализација

**10. Слајд****Брза Генерализација**

Брза Генерализација е логичка заблуда каде што некој носи широк заклучок врз основа на недоволно или нерепрезентативно доказно материјал.

Оваа заблуда може да доведе до стереотипи и недоразбирања бидејќи претерано поедноставува сложени ситуации.

**11. Квиз**

Зошто да се грижиме за климатските промени? Ајде да се фокусираме на стапката на криминал!

**Опции:**

- Извртување на аргументот
- Одвлекување на вниманието
- Воден Човек
- Лажна дилема

**Одговор:**

Одвлекување на вниманието

**12. Слајд****Одвлекување на вниманието**

Одвлекување на вниманието е логичка заблуда што внесува нерелевантна информација за да го одвлече вниманието од главното прашање. Тоа е како менување на темата за да се збунат или измами публиката. Наместо да се одговори на аргументот, се користи дистракција со нешто несврзано.

## ИНФОРМАЦИИ ЗА ПОСТАВУВАЊЕ КВИЗ

4/4

### 13. Квиз

Таа е талентиран музичар затоа што свири музика добро.

**Опции:**

- Кружно расудување
- Одвлекување на вниманието
- Лизгава патека
- Лажна дилема

**Одговор:**

Кружно расудување

### 14. Слајд

#### Кружно расудување

Кружно Расудување е кога заклучокот од аргументот се користи како претпоставка, всушност го повторува тврдењето без да обезбеди доказ. Тоа е како да се каже: “Ова е точно затоа што е точно.” Аргументот оди во кругови без да докаже ништо.



## МЕДИУМСКИ ПРИМЕРИ СО ЛОГИЧКИ ЗАБЛУДИ

1/4

**1. Напад на личноста****“Зошто да веруваме на климатски скептик како д-р Браун?”****Извадок од текстот:**

“Д-р Браун тврди дека климатските промени се пренагласени и не претставуваат итна криза. Но, дали навистина можеме да веруваме на некој кој никогаш не работел како климатски научник и јавно признавал дека поседува повеќе автомобили кои трошат многу гориво? Наместо да го слушаме него, треба да се фокусираме на вистинските експерти кои се грижат за животната средина.”

**Анализа:**

Овој напис ја напаѓа личната позадина на д-р Браун наместо да се занимава со неговите аргументи за климатските промени. Со фокусирање на неговата недостаточна стручност и избори во животниот стил, написот избегнува да се занимава со суштината на неговите тврдења, правејќи ја оваа логичка заблуда Напад на личноста.

**2. Извртување на аргументот****“Критичарите на регулирањето на социјалните медиуми сакаат интернет без закони”****Извадок од текстот:**

“Противниците на регулирањето на социјалните медиуми тврдат дека овие платформи не треба да имаат никакви ограничувања. Тие сакаат целосно слободен интернет, што би дозволило ширење на говор на омраза, лажни вести и криминални активности без контрола. Но, безбедната и цивилизирана онлајн средина бара надзор.”

**Анализа:**

Овој напис погрешно ја претставува опозицијата со сугерирање дека секој што е против регулирањето сака интернет без закони. Повеќето критичари на регулирањето на социјалните медиуми не се залагаат за да нема ограничувања, туку за баланс. Ова погрешно претставување е логичка заблуда Извртување на аргументот.

## МЕДИУМСКИ ПРИМЕРИ СО ЛОГИЧКИ ЗАБЛУДИ

2/4

### 3. Лажна дилема

“Забранете ги насилните видео игри или ќе гледате како стапките на криминал растат”

**Извадок од текстот:**

“Општеството се соочува со избор: или ги забрануваме насилните видео игри целосно, или продолжуваме да гледаме како расте насилството кај младите. Доказите се јасни—насилните видео игри доведуваат до агресивно однесување, и ако не дејствуваме сега, нашето општество ќе ги поднесе последиците.”

**Анализа:**

Овој напис претставува само две опции: забрана на насилните видео игри или гледање на зголемување на насилството, игнорирајќи други можни решенија (како подобри контроли за родителите или едукативни програми). Со претставување на ограничен избор, се користи логичка заблуда Лажна дилема.

### 4. Лизгава патека

“Овозможувањето на работа од дома ќе ја уништи корпоративната култура”

**Извадок од текстот:**

“Овозможувањето на вработените да работат од дома може да звучи привлечно, но тоа е почеток на крајот за корпоративната култура. Денес е работа од дома, а утре компаниите ќе се борат да применуваат било какви стандарди. На крај, идејата за професионално работно место ќе стане застарена, а продуктивноста ќе падне на сите нивоа.”

**Анализа:**

Написот сугерира дека дозволувањето работа од дома ќе доведе до низа негативни последици, што на крај ќе ја “уништи” корпоративниот култура. Ова е логичка заблуда Slippery Slope бидејќи претпоставува дека едно дејство неизбежно ќе доведе до екстремни исходи без доказ за таква прогресија.

## МЕДИУМСКИ ПРИМЕРИ СО ЛОГИЧКИ ЗАБЛУДИ

3/4

**5. Кружно расудување****“Социјалните медиуми се штетни затоа што се лоши за менталното здравје”****Извадок од текстот:**

“Социјалните медиуми имаат штетно влијание врз корисниците затоа што се лоши за менталното здравје. Луѓето поминуваат часови прелистивајќи објави, што влијае на нив негативно. Ова јасно покажува дека социјалните медиуми се штетни.”

**Анализа:**

Аргументот тука е кружен: тврди дека социјалните медиуми се штетни затоа што се лоши за менталното здравје, без да обезбеди никакви надворешни образложенија или докази. Ова повторување без доказ е обележје на Кружно расудување.

**6. Брза Генерализација****“Младите луѓе веќе не читаат книги”****Извадок од текстот:**

“На основа на неодамнешно истражување на 20 студенти од еден универзитет, јасно е дека младите луѓе ја изгубиле интересот за книгите. Ниту еден од студентите во истражувањето не можеше да наведе ниту еден класичен роман, што докажува дека помладата генерација едноставно не чита.”

**Анализа:**

Написот прави генерализација врз основа на мала, нерепрезентативна група, тврдејќи дека сите млади луѓе не читаат книги на основа на ограничени докази. Ова е пример за логичката заблуда Брза Генерализација.

## МЕДИУМСКИ ПРИМЕРИ СО ЛОГИЧКИ ЗАБЛУДИ

4/4

### 7. Одвлекување на вниманието

“Зошто да се грижиме за климатските промени кога има толку многу сиромаштија?”

**Извадок од текстот:**

“Додека сите зборуваат за климатските промени, треба да се сетиме дека милиони луѓе ширум светот сè уште живеат во сиромаштија. Наместо да се фокусираме на еколошките прашања, не би требало ли да го приоритетизираме прво завршување на гладот и сиромаштијата?”

**Анализа:**

Овој напис го преместува вниманието од климатските промени преку спомнување на сиромаштијата, што е одделно прашање. Оваа тактика на одвлекување внимание е логичка заблуда Одвлекување на вниманието, која го одвлекува вниманието на читателите од оригиналната тема.





# Лабораторија за заговори: Истражување на медиумската манипулација и ширењето на дезинформации

## ЦЕЛ НА СЕСИЈАТА

Да се истражи како медиумите користат манипулативни техники и како дезинформациите се шират преку различни платформи, со цел да се развие критичко размислување и способност за препознавање на медиумска манипулација.



## ПОТРЕБНИ МАТЕРИЈАЛИ

- Бележници и пенкала
- Проектор



## ЦЕЛИ

- Да се разбере како се структурираат и шират дезинформации и теории на заговор
- Да се развие свест за убедливите тактики што се користат во дезинформациите
- Да се развива креативност, соработка и критичко размислување



## КОМПЕТЕНЦИИ КОИ СЕ РАЗВИВААТ

- Медиумска писменост и критичка анализа
- Креативно размислување и тимска работа
- Разбирање на влијанието на медиумската манипулација



## МЕТОДОЛОГИЈА И МЕТОДИ

- Креативни задачи
- Игри на улоги и презентации
- Рефлексија и дебрифинг за моќта на дезинформациите

## 1. Вовед во работилницата

10 мин.

- Објаснете дека учесниците ќе работат во групи за да создадат измислена теорија на заговор, како начин за разбирање на техниките и тактиките што ги прават овие теории убедливи и лесни за паметење.
- Претставете ги целите на работилницата, нагласувајќи како оваа активност може да помогне во развивање на медиумска писменост и критичка свесност.
- Поделете ги учесниците во мали групи од 4-5 лица.
- Задачите се:
  - Создајте привлечен наслов и слоган за нивната теорија на заговор или движење.
  - Дефинирајте го централното верување или главната идеја на нивната теорија (150-200 зборови), објаснувајќи каква “тајна” сакаат да откријат.
  - Развијте најмалку 3 парчиња “докази” за да ја поддржат нивната теорија (пр. лажни документи, погрешно избрано истражување).
  - Создајте 2-3 едноставни мимови за промоција на теоријата онлајн, земајќи предвид како тие би можеле да предизвикаат интерес.
  - Опционално: Снимијте промотивно видео од 1-2 минути за ширење на нивната порака.

## 2. Групна работа – Создавање на теоријата на заговор

40 мин.

- Дозволете им на групите да размислуваат и да работат на секоја задача. Поттикнувајте креативност и потсетете ги дека целта е да се разбере како теориите на заговор користат убедливи тактики, а не да се промовира вистинска дезинформација.
- Пружете поддршка по потреба, особено при чекорите за создавање на “доказите” и мимовите. Доколку има достапни ресурси, насочете ги учесниците да користат онлајн алатки за создавање на мимови или снимање видеа.

## 3. Групни презентации со побивање од публиката

25 мин.

- Секоја група ја претставува својата теорија на заговор пред публиката
- **Побивање од публиката (1 минута по презентација):** НПО секоја презентација, дајте ѝ на публиката 1 минута да ја оспори или побие претставената теорија на заговор. Тие можат да ја доведат во прашање валидноста на “доказите”, да посочат логички грешки или да предложат контрааргументи со цел да ги откријат слабостите на теоријата.

## 4. Дебрифинг и рефлексција

35 мин.

- Водете групна дискусија за вежбата, фокусирајќи се на прашања како:
  - Кои елементи ја направија вашата теорија на заговор убедлива?
  - Како “доказите” и мимовите придонесоа теоријата да изгледа веродостојно?
  - Како побивањето од публиката го промени вашето гледиште за теоријата?
  - Како оваа активност го одразува начинот на кој вистинските теории на заговор и дезинформациите се шират?
  - Кои се ризиците од споделување на непроверени или манипулирани информации во реалниот живот?
- Нагласете ја важноста на проверката на информации и охрабнете ги учесниците критички да размислуваат за медиумите што ги консумираат.



### Препораки за обучувачи

- Охрабрете ги учесниците да ги почитуваат другите за време на побивањето теории, фокусирајќи се на конструктивна критика и критичка анализа, а не на лични мислења.
- Одржувајте забавна и креативна атмосфера, потсетувајќи ги учесниците дека оваа активност е вежба за разбирање на дезинформациите.
- Користете го дебрифингот за да ги поврзете резултатите од активността со вештини за медиумска писменост во реалниот свет и значењето на критичкото размислување.

### Анекси



Слајд за групна задача за референца

## GROUP TASKS (1PT X TASK)

- 1 Create a catchy name and slogan for your conspiracy theory, sect, or movement. Think of how real-life conspiracy theories or movements get recognized and attract attention.
- 2 Define the central belief or the main idea of your conspiracy or movement. Is it a secret that the government is hiding? A new religion based on unusual practices? Create a short description (150-200 words)
- 3 Use creative thinking to develop at least 3 pieces of "evidence" that would make people believe your theory. This could be in the form of fake documents, misunderstood scientific research, ancient prophecies, etc.
- 4 Create a couple of simple memes that could be shared widely. Think about how these could be used to spark conversation or viral trends.
- 5 Create a 1-2 minute promotional video that spreads the message of your conspiracy or movement. This could be in the style of a news report, a public service announcement, or a testimony from a "believer." (OPTIONAL IF YOU HAVE TIME, BUT IT COULD BE FUNNY, IF YOU CANNOT PREPARE A NICE SPEECH)



# Медиумски пејзаж во денешното општество преку уметност

## ЦЕЛ НА СЕСИЈАТА

Да се истражат личните перцепции за медиумскиот пејзаж преку креативно изразување, користејќи боја и колаж како медиуми за пренесување на емоции, идеи и критики за модерните медиуми.



## ПОТРЕБНИ МАТЕРИЈАЛИ

- ВБои (акрилни, водени, итн.)
- Четки и палети за бои
- Стари списанија и весници за материјал за колаж
- Ножици и лепак
- Големи листови хартија или платно за секој учесник



## ЦЕЛИ

- Да се обезбеди креативен простор за учесниците да ги изразат своите мисли и чувства за влијанието на медиумите
- Да се поттикне апстрактно изразување, со фокус на емоции, текстури и симболична претстава
- Да се поттикнат дискусии за тоа како медиумите ги обликуваат нашите перцепции и влијаат врз нашите животи



## КОМПЕТЕНЦИИ КОИ СЕ РАЗВИВААТ

- Медиумска писменост и критичко размислување
- Креативно изразување преку визуелна уметност
- Емоционална свесност и рефлексивност



## МЕТОДОЛОГИЈА И МЕТОДИ

- Индивидуално уметничко создавање со насоки
- Рефлексивност и споделување во група

## 1. Вовед во работилницата

10 мин.

- Почнете со објаснување на целите на работилницата: визуелно да се прикаже медиумскиот пејзаж и неговото влијание врз секој учесник преку апстрактна уметност.
- Покажете им на учесниците примери и инспирација, за да им помогнете да размислат како можат да ги користат боите, формите и текстурите за да изразат сложени чувства за медиумите.

## 2. Упатства за креирање

5 мин.

- Охрабрете ги учесниците да истражуваат прашања како што се:
  - Како медиумите ме прават да се чувствувам?
  - Кои бои или текстури го претставуваат моето восприемање на вестите, социјалните медиуми или дигиталните информации?
  - Дали има симболи или обрасци кои ми доаѓаат на ум кога размислувам за влијанието на медиумите?

## 3. Креирање уметност – Изразување на медиумскиот пејзаж

50 мин.

- Овозможете им на учесниците доволно време да работат на своите дела, користејќи ги обезбедените материјали.
- Охрабрете ги да експериментираат со различни техники, како што се:
  - Слоевито нанесување боја со колаж за чувство на “преклопување” во медиумските пораки.
  - Користење на светли или темни бои за претставување чувства на доверба, анксиозност, возбуда или преоптовареност.
  - Додавање на фрагментирани слики или форми за симболизирање на фрагментација, бучава или дисторзија во медиумите.
- Понудите водство и поддршка по потреба, помагајќи им на учесниците да размислат како визуелно да претстават апстрактни концепти.

## 4. Рефлексија и споделување во група

20 мин.

- Откако сите ќе ги завршат своите уметнички дела, поканете ги учесниците да ги изложат своите дела.
- Охрабрете секој учесник да сподели:
  - Нивните уметнички избори (бои, текстури, форми) и што тие претставуваат.
  - Нивните мислења и емоции во врска со медиумскиот пејзаж.
  - Било кои лични размислувања кои ги имале за време на процесот на создавање за тоа како медиумите влијаат на нивните гледишта и чувства.
- Фасилитирајте отворена дискусија, овозможувајќи им на учесниците да се поврзат преку заеднички теми или различни перспективи за влијанието на медиумите.

## 5. Завршни забелешки

5 мин.

- Заклучете со размислување за тоа како креативноста и апстрактната уметност можат да ни помогнат да обработиме сложени идеи за општеството и медиумите.
- Нагласете ја важноста на критичкото размислување и самосвесноста при ангажирање со медиумите и охрабнете ги учесниците да продолжат да ги истражуваат овие размислувања во секојдневното користење на медиумите.



### Препораки за обучувачи

- Создајте опуштена и поддржувачка средина што охрабрува уметничка слобода.
- Потсетете ги учесниците дека нема “точен” или “погрешен” начин да се интерпретира медиумскиот пејзаж; секое дело е лично и субјективно.
- Дајте позитивен фидбек за време на споделувањето за да поттикнете самодоверба и отворена дискусија.

## Анекси



Инспиративни слики/слајдови  
за референца



# Работилница за учесници 2: “Дали медиумите треба да бидат цензурирани?”

## ЦЕЛ НА СЕСИЈАТА

Целта на оваа сесија е да им помогне на учесниците да истражат и разберат различни перспективи за цензурата во медиумите преку играње улоги на политички фигури во дебата. Оваа активност ги охрабрува критичкото размислување за слободата на изразување, јавната безбедност и влијанието на медиумите врз општеството. Преку оваа активност, учесниците ќе развијат вештини за аргументација и ќе стекнат увид во тоа како личното потекло ги обликува ставовите.



## ПОТРЕБНИ МАТЕРИЈАЛИ

- Хартија и пенкала
- Гласчки ливчиња за избори



## ЦЕЛИ

- Да се разбере важноста на политичките кампањи и како преку играње улоги да се анализираат различни перспективи
- Да се истражат етичките и општествените импликации на цензурата во медиумите
- Да се вежба убедлива аргументација и критичко размислување



## КОМПЕТЕНЦИИ КОИ СЕ РАЗВИВААТ

- Медиумска писменост
- Граѓанско знаење и ангажирање
- Аргументација и критичко размислување



## МЕТОДОЛОГИЈА И МЕТОДИ

- Симулирање со играње улоги
- Формат на дебата
- Тимска работа и водена рефлексција

## 1. Поделба на групи и инструкции

10 мин.

- Поделете ги учесниците во три еднакви групи и објаснете ја целта на активностa: да играат улоги како политички фигури со различни ставови за цензурата во медиумите.
- На секоја група дајте ѝ профил на политичка фигура што ќе ја претставуваат. Нагласете ја важноста на разбирањето и бранењето на перспективата на ликот, без разлика на личните ставови. Охрабрете ги учесниците целосно да се внесат во своите улоги.

## 2. Подготовка на групите

15 мин.

Секоја група дискутира за верувањата на нивниот лик и подготвува аргументи за поддршка на својот став за цензурата во медиумите. Тие треба да создадат убедливи точки за говорење, да предвидат контрааргументи и да ја искористат дополнителната информација од профилите за да додадат длабочина на нивните аргументи.

## 3. Дебата и презентација

30 мин.

- Секоја група избира еден претставник што ќе ја претстави позицијата на нивниот лик, објаснувајќи зошто нивната перспектива за цензурата во медиумите е валидна.
- По секоја презентација, отворете простор за две прашања од публиката, со кои ќе се оспорат ставовите на говорникот. Членовите на публиката можат да се повикаат на дополнителните информации од профилите за да навлезат подлабоко во ставот на секој лик.

## 4. Избори и гласање

10 мин.

Поделете гласчки ливчиња на секој учесник. Дадете инструкции да гласаат врз основа на јачината на изнесените аргументи, а не според личните ставови.

## 5. Прогласување победник

5 мин.

Соберете и пребројте ги гласовите, потоа прогласете го победничкиот кандидат според тоа кој добил најмногу гласови.

## 6. Дебрифинг

5 мин.

- Прашања за рефлексija:
  - Какво беше чувството да се преземе лик со ставови што можеби се разликуваат од вашите?
  - Како влијаеше влегувањето во овие улоги врз вашата емпатија кон различни гледишта за цензурата?
  - Кои беа најубедливите аргументи што ги слушнавте и зошто?
  - Дали мислите дека медиумите можат да бидат доверлив извор на информации? Кои фактори влијаат на нивната доверливост?
  - Ако навистина ги имавте овие ставови во реалноста, дали ќе живеевте според истите стандарди за кои се залагате? Зошто да или зошто не?
  - На кои начини цензурата во медиумите може да влијае врз демократските вредности и општеството?
  - Кои би можеле да бидат последиците, позитивни или негативни, од неограничените медиуми?

## Препораки за обучувачи

- Потсетете ги учесниците да ги почитуваат различните мислења и да ги играат улогите со почит.
- Охрабрете ги групите целосно да ги прифатат своите улоги, вклучително и користење на дополнителните детали за ликот за да ги збогатат своите презентации.
- Насочете ги учесниците да се фокусираат на јачината на аргументите, наместо на лични напади или несогласувања.
- Истакнете ја поврзаноста меѓу оваа игра со улоги и реалните перспективи за цензурата во медиумите, особено комплексноста и етичките размислувања поврзани со темата.

## Анекси

# ПРОФИЛИ НА ЛИКОВИ

1/2

### Ана Петрова

#### Став:

Медиумите треба да бидат цензурирани од страна на државни агенции за да се осигури дека се промовираат само позитивни наративи, со цел одржување на социјалната кохезија и мирот. Секој критички наратив мора да биде одобрен од агенцијата; во спротивно, оние што го споделуваат ќе се соочат со правни последици.

#### Дополнителни информации:

- Години: 42
- Религија: Католичка, редовно оди на црква
- Семејство: Има 7 деца, про-лајф став
- Тајни: Тајно е функционален алкохоличар, има афера со 26-годишна жена
- Политичка ориентација: Десница до крајна десница

### Горан Бери

#### Став:

Се спротивставува на каква било форма на цензура во медиумите. Верува дека сите перспективи треба да бидат споделени бидејќи слободата на изразување е основно човеково право. И десничарските и левичарските екстремни гледишта се неопходни во слободен свет.

#### Дополнителни информации:

- Возраст: 33
- Статус: Сингл, геј, феминист
- Интереси: Ужива во рејв фестивали, поранешен танчер во Magic Mike
- Активизам: Зелен активист, но лета 200 пати годишно
- Политичка ориентација: Левица

## ПРОФИЛИ НА ЛИКОВИ

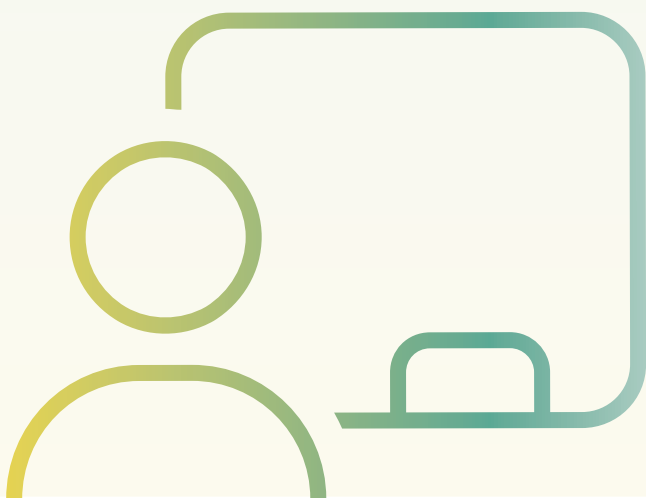
2/2

**Џузепе Блу****Став:**

Екстремно десничарските и екстремно левичарските гледишта треба да бидат забранети во јавен простор. Охрабрува здрави дебати кои ги избегнуваат екстремите, поддржувајќи ја слободата на изразување, но со одговорност за избегнување на токсичност.

**Дополнителни информации:**

- Возраст: 55
- Лични преференции: Сака ананас на пица
- Историја на врски: Разведен три пати, промовира семејни вредности
- Тајни: Има околу 50 OnlyFans претплати
- Политичка ориентација: Центар-десно





# Работилница за учесници 3: Тивка агресија: Откривање на знаците на сајбер насилство

## ЦЕЛ НА СЕСИЈАТА

Целта на оваа работилница е да ја зголеми свеста за сајбер насилството, помагајќи им на учесниците да ги идентификуваат различните форми на сајбер насилство преку интерактивни игри со улоги. Учесниците ќе научат за различни видови сајбер насилство, ќе го разберат нивното влијание и ќе истражат начини како да ги препознаат, спречат и решат ваквите ситуации.



## ПОТРЕБНИ МАТЕРИЈАЛИ

- Да се зголеми свеста за сајбер насилството и неговите емоционални и психолошки последици
- Да им се помогне на учесниците да ги идентификуваат различните форми на сајбер насилство



## ЦЕЛИ

- Испечатени копии од воведот, вежбата за поврзување и сценаријата
- Пенкала, лепливи ливчиња и маркери

## 1. Вовед во сајбер насилство

10 мин.

- Започнете со краток преглед на сајбер насилството и неговото влијание врз жртвите. Објаснете дека сајбер насилството може да се појави во различни форми, како што се: вознемирување, лажно претставување, откривање лични податоци (doxxing), обелоденување, отфрлување (outing), тролање и јавно посрамување.
- Користете воведен слајд за да ги прикажете главните форми на сајбер насилство и накратко дискутирајте како секој тип може да влијае емоционално и психолошки врз жртвата.
- 

## 2. Загревање – Вежба за поврзување

10 мин.

Поделете испечатени копии од вежбата за поврзување, каде што учесниците добиваат различни ситуации поврзани со сајбер насилство и треба да ги поврзат секоја ситуација со соодветниот тип на сајбер насилство.

### Вежба за поврзување

#### 1. Сајбер прогонство

**Е:** Александар добива навредливи пораки од непознат профил, проследени со закани поврзани со негови лични информации. Тој се чувствува вознемирено и исплашено, не знаејќи кој е прогонителот.

#### 2. Исклучување од групен разговор

**Д:** Ема е отстранета од групен разговор од нејзините пријатели без објаснување, што ја остава изолирана.

#### 3. Лажно претставување и лажен профил

**В:** Непознато лице го хакира профилот на Сара на социјалните мрежи, претставувајќи се како неа. Тој/таа објавува навредливи коментари и испраќа навредливи пораки до нејзините пријатели, нарушувајќи ѝ го угледот.

#### 4. Doxxing (објавување на лични информации)

**С:** По расправија на Твитер, адресата на Марија е објавена онлајн, што доведува до закани.

#### 5. Закана со одмаздничка порнографија

**А:** Ана добива порака од нејзиното поранешно момче со закана дека ќе објави интимни фотографии од неа онлајн, освен ако не се согласи да се сретнат.

Прегледајте ги одговорите заедно со групата и дискутирајте за карактеристиките на секој тип, нагласувајќи како секој од нив претставува различна форма на сајбер насилство.

### 3. Главна активност – Игра со улоги на сценарија за сајбер насилство: Подготовка

20 мин.

Поделете ги учесниците во мали групи и доделете на секоја група по едно сценарио. Секое сценарио претставува различен тип на сајбер насилство и опишува детална ситуација која треба да се одигра.

- Сценарија:
  - Исклучување;
  - Лажно претставување;
  - Doxing;
  - Сајбер прогонство;
  - Закана со одмаздничка порнографија

Секоја група подготвува кратка игра со улоги во која го прикажува своето сценарио, истакнувајќи како се одвива тој тип на сајбер насилство и какви последици има врз жртвата.

### 4. Театарска изведба

30 min

- Секоја група ја претставува својата игра со улоги пред целата група.
- Групата треба да погоди кој тип на сајбер насилство е претставен во изведбата.

### 5. Дебрифинг и фасилитација

20 min

- Водете групна дискусија за да се рефлектира врз вежбата. Користете ги следниве прашања за да им помогнете на учесниците да го обработат она што го научиле и да дискутираат стратегии за справување со сајбер насилство:
  - Што научивте од оваа работилница за различните типови на сајбер насилство?
  - Како се чувствуваат додека ги играат или гледаат сценаријата?
  - Кои акции можете да ги преземете ако бидете сведоци или жртва на сајбер насилство?
  - Како можеме да работиме на превенција од сајбер насилство во нашите заедници?
- Сумирајте ги клучните поенти, нагласувајќи ја важноста на свесноста, мрежите за поддршка и ресурсите како што се механизми за пријавување и правни рамки за борба против сајбер насилство.

#### Препораки за обучувачи

i

- Осигурете се дека учесниците ги разбираат целите на работилницата: да препознаат и реагираат на различни типови на сајбер насилство.
- Нагласете ја доверливоста и почитта, обезбедувајќи безбедна средина во која учесниците ќе се чувствуваат пријатно да дискутираат за чувствителни теми.
- Користете актуелни настани или познати случаи на сајбер насилство за да ја направите темата порелевантна.

Анекси

## ВОВЕДНА ИНФОРМАЦИЈА ЗА САЈБЕР НАСИЛСТВО

### Вознемирување

Постојано испраќање навредливи пораки или закани.

### Лажно претставување

Претставување како некој друг со цел да му се наруши угледот.

### Doxxing

Откривање лични информации за некого без негова согласност.

### Исклучување

Намерно исклучување на некого од онлајн групи или активности.

### Обелоденување

Споделување лични или срамни информации за некого.

### Тролање

Провоцирање или вознемирување преку провокативни коментари.

### Јавно посрамување

Јавно објавување понижувачки слики или коментари.

## Анекси

## ДОКУМЕНТ ЗА ВЕЖБА ЗА ПОВРЗУВАЊЕ

Поврзи го секој тип на сајбер насилство со соодветната ситуација. Измешај ги пред печатење.

**Онлајн прогонство**

Е: Александар добива навредливи пораки од непознат профил, проследени со закани поврзани со негови лични информации. Тој се чувствува анксиозно и исплашено, не знаејќи кој е прогонителот.

**Исклучување од групен разговор**

Д: Ема е отстранета од групен разговор од нејзините пријатели без објаснување, што ја остава изолирана.

**Doxxing (споделување лични информации)**

С: По расправија на Твитер, адресата на Марија е објавена онлајн, што доведува до закани.

**Закана со одмаздничка порнографија**

А: Ана добива порака од нејзиното поранешно момче со закана дека ќе објави интимни фотографии од неа онлајн, освен ако не се согласи да се сретнат. Тој ѝ се заканува дека ако одбие, ќе ги испрати сликите до нејзиното семејство и пријатели. Таа се чувствува исплашено и заробено, не знаејќи што да направи..

**Лажно претставување и лажен профил**

В: Непознато лице го хакира профилот на Сара на социјалните мрежи, претставувајќи се како неа. Тоа лице објавува груби коментари и испраќа навредливи пораки до нејзините пријатели, нарушувајќи ѝ го угледот.

## ДОКУМЕНТ СО СЦЕНАРИЈА ЗА ИГРАЊЕ УЛОГИ

1/3

**Исклучување****Сценарио:**

Во средношколска средина, Лиам (Жртва) дознава дека неговите соученици Емили (Лидер на групата), Џејк (Пријател) и Софија (Набљудувач) создале нов групен разговор за училишен проект – без да го поканат него.

- Кога дознава за проектот преку Софија, Лиам се чувствува повредено и изолирано.
- Емили верува дека Лиам нема да придонесе доволно, па одлучува да го исклучи од планирањето.
- Џејк не е сигурен дали одлуката е исправна, но сепак се согласува со Емили.
- Софија се грижи за Лиам и го охрабрува да разговара со Емили за да биде вклучен.

**Империонирање****Сценарио:**

Џесика (Жртва) се буди и открива дека нејзиниот профил на социјалните мрежи е хакиран. Хакерот Алекс (Напаѓач) објавува срамни коментари и праќа несоодветни пораки до нејзините пријатели, вклучувајќи ги Меган (Пријателка) и Рајан (Загрижен пријател).

- Џесика е разочарана од реакциите на луѓето кои мислат дека таа навистина ги праќала пораките.
- Алекс ужива во хаосот што го создава и продолжува да се претставува како Џесика.
- Меган е збунета и мисли дека Џесика се променила.
- Рајан, пак, забележува дека нешто не е во ред и ја контактира Џесика за да ѝ каже за чудното однесување, со што таа започнува да презема мерки.

## ДОКУМЕНТ СО СЦЕНАРИЈА ЗА ИГРАЊЕ УЛОГИ

2/3

**Doxxing (објавување на лични информации)****Сценарио:**

Марко (Жртва) учествува во онлајн дебата за контроверзна тема. По дебатата, Тина (Трол) се одмаздува така што ги објавува неговите лични податоци – адреса, телефонски број и други чувствителни информации – јавно на интернет.

- Марко се чувствува изложено, исплашено и загрошено кога гледа дека неговите податоци се достапни за сите.
- Тина го прави ова со цел да го исплаши и да го замолчи.
- Сара (Поддржувачка пријателка) го забележува стравот на Марко и му предлага да го пријави инцидентот.
- Давид (Службеник за безбедност) му дава совети како да се заштити и кои правни чекори може да ги преземе против Тина.

**Онлајн прогонство****Сценарио:**

Софи (Жртва) почнува да добива вознемирувачки пораки од анонимен профил. Прогонувачот, Крис (Онлајн-прогонувач), ја следи на неколку социјални мрежи и ѝ праќа лични пораки.

- Софи се чувствува анксиозно бидејќи пораките стануваат сè поинтензивни и почнува да се грижи за својата безбедност.
- Крис наоѓа начини да собере информации за Софи и ги користи за да ја заплашува.
- Рејчел (Поддржувачка пријателка) ја забележува вознемиреноста на Софи и ја охрабрува да зборува за тоа што ѝ се случува.
- Офицер Ким (Службеничка за безбедност) реагира кога Софи го пријавува случајот и ѝ дава насоки како да се заштити и како да го документира вознемирувањето.

## ДОКУМЕНТ СО СЦЕНАРИЈА ЗА ИГРАЊЕ УЛОГИ

3/3

**Закана со интимни фотографии****Сценарио:**

Етан (Жртва) добива заканувачка порака од својата поранешна девојка Ана (Напаѓачка), која му се заканува дека ќе сподели интимни фотографии од него ако не се согласи да се сретне со неа.

- Етан се чувствува заробено и исплашено, размислувајќи за последиците од нејзината закана.
- Ана ги користи интимните фотографии како средство за уцена и манипулација, со цел повторно да воспостави контакт со него.
- Зои (Најдобра пријателка) ја забележува вознемиреноста на Етан и го охрабрува да ѝ се спротивстави на Ана и да ја пријави.
- Том (Психолог/Советник) му дава поддршка, зборува за емоционалното влијание и му нуди ресурси и насоки како да се справи со ситуацијата.



# Анализа на медиумски пристрасности: Компаративна студија

## ЦЕЛ НА СЕСИЈАТА

Да се развијат вештини за критичко размислување при конзумирање на медиуми преку анализа на тоа како различни извори ја претставуваат истата настан, идентификувајќи пристрасности, техники на манипулација и влијанието врз перцепцијата.



## ПОТРЕБНИ МАТЕРИЈАЛИ

- Достап до Ground.News или слична платформа која ги истакнува политичките пристрасности во медиумите
- Лаптопи, таблети или паметни телефони за пристап до статии и проектор
- Листови и пенкала за запишување белешки



## ЦЕЛИ

- Да се зголеми свеста за медиумските пристрасности и како тие влијаат на претставувањето на информациите
- Да се вежба критичка анализа на тон, јазик, манипулација и рамкирање во медиумските статии
- Да се разбере како различни перспективи го обликуваат јавното разбирање на тековните настани



## КОМПЕТЕНЦИИ КОИ СЕ РАЗВИВААТ

- Медиумска писменост и критичка анализа
- Разбирање и идентификување на пристрасности
- Комуникациски и презентационски вештини



## МЕТОДОЛОГИЈА И МЕТОДИ

- Групна анализа на медиумски статии
- Споредба и презентација
- Дискусија и рефлексивност за влијанието на медиумите

## 1. Вовед во медиумската пристрасност и начини на претставување

10 мин.

- Представете го концептот на медиумска пристрасност и контекстуализација, објаснувајќи како политичката пристрасност и јазикот можат да го обликуваат нашето разбирање на настаните. Ова може да се направи преку прикажување на различните функции што ги нуди Ground.news или слични платформи.

## 2. Упатства за анализа на статија

10 мин.

- Инструктирајте ги учесниците да изберат две статии за ист настан: една од левичарски извор и една од десничарски извор.
- Објаснете кои области треба да се фокусираат при анализата на статијата:
  - **Тон и јазик:** Идентификувајте дали јазикот е неутрален, сензационален, емоционален или обвинувачки. Дискутирајте како тоналитетот влијае на чувствата на читателот за настанот.
  - **Манипулација:** Користете Ground.News за да проверите за политичка пристрасност. Анализирајте како се презентираат фактите и забележете какви било логички падови кои се користат.
  - **Фокус и контекстуализација:** Испитајте што нагласува секоја статија. Дискутирајте дали една статија ги игнорира деталите што другата ги истакнува или го рамкира настанот како успех или неуспех.
  - **Наслов:** Споредете ги насловите на двете статии. Дискутирајте како насловот може да влијае на очекувањата пред да се прочита статијата.

## 3. Групна анализа на статии

30 мин.

Поттикнете ги учесниците да запишуваат свои забелешки и да се подготват да ги споделат клучните точки со групата преку едноставна дигитална презентација каде што ќе ги споредат статиите преку разгледување на главните поенти.

## 4. Групни презентации

25 мин.

- Секоја група ги презентира своите наоди, фокусирајќи се на:
  - Разликите во тоналитетот, јазикот и нагласувањето помеѓу статиите.
  - Секој случај на манипулација или логички падови.
  - Како се разликуваа контекстуализацијата и фокусот помеѓу изворите.
- Поттикнете прашања и дискусии по секоја презентација за да се истражат различните начини на кои информациите можат да се претстават и перцепираат.

## 5. Заклучување и рефлексија

15 мин.

- Водете групна дискусија за да се рефлектира на вежбата:
  - Што забележавте за разликите во тоа како секоја статија го претстави истиот настан?
  - Како тоналитетот и контекстуализацијата влијаат на вашата перцепција на информацијата?
  - Дали оваа вежба го промени начинот на кој размислувате за медиумите што ги конзумирате?
  - Зошто е важно да се побараат повеќе перспективи за едно прашање?
- Сумирајте ги клучните заклучоци, нагласувајќи ја важноста на критичката анализа во медиумската писменост и влијанието на медиумската пристрасност врз јавната перцепција.



### Препораки за обучувачи

- Осигурајте дека учесниците имаат пристап до платформата Ground.News или сличен алат за анализа на политичка пристрасност.
- Поттикнете отворени дискусии и критичко размислување, но потсетете ги учесниците да ги почитуваат различните мислења и перспективи.
- Во текот на заклучувањето, зајакнете ја вредноста на медиумската писменост како вештина која промовира информираност и избалансирани перспективи.
- Бидете свесни дека некои новинарски настани можат да предизвикаат емоционални реакции во групата. Ако работната група е претежно составена од млади луѓе или тинејџери, однапред подгответе ги настаните за анализа избегнувајќи тешки политички прашања, воени трагедии или слично.

Анекси



Прирачник за анализа на статија

**ТОНЕ И ЈАЗИК** 🗣️

- Is the language neutral, sensational, accusatory, emotional, or formal?
- Does the tone aim to make you feel something specific (e.g., fear, sympathy, anger)?
- How might the language affect how the reader understands or feels about the event?

**МАНИПУЛАЦИЈА** 🎭

- Use Ground.News to check for political bias (left or right).
- Are the facts presented in the same way in both articles?
- Can you recognise any logical fallacy?

**ФОКУС И ФРАМИНГ** 🎯

- What does each article focus on?
- Does one article ignore details that the other highlights?
- Is the event framed differently (e.g., one article shows it as a success while the other shows it as a failure)?

**НАСТАВНИЦИ** 📰

- Compare the headlines of both articles.
- Do they suggest a particular narrative or set an emotional tone for the story?
- How might the headline influence your expectations before reading the article?

Препорачана листа на тековни настани за учесниците да изберат (опционално)

---

# Ресурси

- 🔗 [\*Прва компонента - Escape The Bunker \(документ со почетни профили на карактери\)\*](#)
- 🔗 [\*Втора компонента - Escape The Bunker \(документ со завртености на карактерите за половина од активноста\)\*](#)
- 🔗 [\*Бариери во комуникацијата\*](#)
- 🔗 [\*Модел на комуникациски циклус\*](#)
- 🔗 [\*МИП Законите и CRAAP Модел\*](#)
- 🔗 [\*Глобален дигитален извештај 2024 од Meltwater\*](#)
- 🔗 [\*Лабараторија на заговори\*](#)
- 🔗 [\*Анализа на статија преку Ground News\*](#)
- 🔗 [\*Слајдови за употреба на медиуми\*](#)
- 🔗 [\*Шаблон за реалности во земјите\*](#)



Do you know  
**YOUR DEMOCRACY?**



**Co-funded by  
the European Union**

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.