



Erasmus+

ВОДИЧ ЗА  
РОМСКИ  
МЛАДИНСКИ  
РАБОТНИЦИ ЗА МЕДИУМСКАТА  
ПИСМЕНОСТ

Erasmus+



Кoфинансиран од  
Еразмус + програмата  
на Европската унија



## Содржина

Речник на поими	3
Вовед	4
Што е медиумска писменост?	6
Зошто е важна медиумската писменост?	8
Образование за медиумска писменост	9
Влијанието на медиумите врз вредностите, ставовите и стереотипите	16
Користење на медиумите во образованието за медиумска писменост	17
Декодирање на медиумските пораки	17
Настава за медиумска писменост на младите од загрозените групи	18
Елементи на медиумска писменост	20
Учество	20
Кредителитет	20
Идентитет	21
Приватност	21
Авторство	22
Сесија 1 – Меѓусебно запознавање	23
Сесија 2 - Медиумите низ векови/ дигиталниот јаз	24
Сесија 3 - Комуникација со посредство на компјутер	26
Сесија 4 - Викивесник	28
Сесија 5 - Како работат пребарувачите	30
Сесија 6 - Информации на Интернет	33
Сесија 7 - Интернет ризици	35
Сесија 8 - Нашите онлајн идентитети	37
Сесија 9 - Само-презентација во светот на интернет	39
Сесија 10 - Приватност на интернет: прв дел	41
Сесија 11 - Приватност на интернет: втор дел	42
Сесија 12 - Приватност на интернет: Идентификување на ризични информации	43
информации	45
Сесија 13 - Безбедност на интернет	46
Сесија 14 - Употреба на содржини од интернет	48
Сесија 15 - Вовед во авторски права	50
Сесија 16 - Креирање на содржина	51
Библиографија	52

## Речник на поими

<b>Аватар</b>	електронска слика што ве претставува вас и може да биде модифицирана од корисник на компјутер
<b>Блог</b>	веб-страница што содржи лични размислувања, коментари а најчесто и хипер линкови, видеа и фотографии од авторот на блог-от
<b>Комуникација со посредство на компјутер</b>	вид на комуникација преку употреба на мрежен компјутер (е-пошта, разговор, веб-форум)
<b>Колачиња</b>	мала датотека или дел од датотека зачувана на компјутерот на корисникот која содржи лични информации и која е последователно прочитана од сервер на веб-страница
<b>Авторско право</b>	ексклузивно законско право за репродукција, објавување, продажба или дистрибуција на материјата и формата на креацијата (како што е книжевно, музичко или уметничко дело)
<b>Криејтив комонс</b>	збир на разновидни лиценци кои им овозможуваат на луѓето да ги споделуваат своите дела заштитени со авторско право да се копираат, модифицираат, надоградуваат итн., истовремено задржувајќи ги авторските права на оригиналното дело (многу често се користи)
<b>Интернет-тормозење</b>	Ментален процес на активно и вешто концепирана примена, анализа,
<b>Критично размислување</b>	синтетизирање и проценка на информации за да се дојде до одговор или заклучок

## Вовед

Се чини дека немало по оспорувано време за тоа што се вистински информации. Во ера на огромен број на лажните вести, медиумската писменост стана една од клучните алатки за справување со овој проблем. Сепак, медиумската писменост не може да се развие/стекне преку ноќ. Современите теми на медиумска писменост имаат тенденција да се организираат околу пет клучни теми: учество на младите, обука на наставници, поддршка на родителите, стратегиски иницијативи и креирање на база на докази. Бидејќи младите генерации растат со различни дигитални алатки и во голема мера се потпираат на овие алатки за да добијат информации и да комуникација со светот, и поради тоа знаењето и вештините за етичко и ефикасно користење на овие алатки е сè поважно. Новите медиуми се значително поразлични од традиционалните медиуми, како што се весници, ТВ или радио. Во овој случај, медиумската писменост не е нов концепт, но нејзината важност и приоритет во заедницата се зголемува со растот на нови места и стратегии за масовно ширење на информации. Во традиционалните медиуми, масовната комуникација е повеќе централизирана, во смисла дека информациите се шират преку релативно мал број продажни места. Во социјалните медиуми, секој може да стане извор на информација и истата да ја сподели со милиони други луѓе. Ова, од една страна, обезбедува можности за демократизација на медиумите, но исто така ја зголемува можноста за лажни вести и пропаганда. Сепак, со правилен сет на вештини, поединците можат функционално да ги читаат овие пораки и да разликуваат веродостојни од неверодостојни информации.

Медиумската писменост е многу поважна за ранливите групи на граѓани. Овие групи не само што се можат да бидат стигматизирани од различни медиуми, туку и се подложни на лажни информации и пропаганда. Ова е особено релевантно за ранливите групи кои немаат пристап до квалитетно образование. Медиумската писменост е важен предуслов за функционално и активно учество во општеството.

Информационските и комуникациските технологии (ИКТ) го зголемија пристапот до информации преку системи за складирање и циркулација на податоци (Интернет и Интранет). Овие технологии имаат дематеријализирани просторни и временски граници, создавајќи нови форми на посредувани односи и комуникација. Овие технологии го забрзаа процесот на глобализација: тие придонесоа и ја олеснија глобалната меѓузависност за зголемување на циркулацијата на производи, идеи и вредности. Сепак, овој пристап до информации создаде нови форми на сегрегација, влошувајќи ги веќе постоечките форми и извори на социјална нееднаквост. Друга последица од ваквите процеси резултираа со презаситеност од информации, така што луѓето се помалку способни да апсорбираат информации и да ја проверат нивната несигурност (Раниери, 2011, стр. 10).

Во поголемиот дел од светот, интернетот стана доминантна технологија за извршување на различни активности. Паралелно со ова, секојдневно расте и дебатата во врска со улогата на интернетот и новите медиуми врз животот на новите генерации. Како и во повеќето социјални дебати, има поларизирани ставови. Една од нив е позицијата на Лудитите, дефинирана како „апокалиптична“, која се концентрира на негативното влијание на медиумите врз младите (на пример, верувањето дека телевизијата влијае врз зголемување на насилното однесување кај младите, или дека компјутерите, интернетот и социјалните мрежи произведуваат де-социјализација и сл.). Другата крајност е онаа на „интегрираните“, кои пишуваат за позитивната улога на нови медиуми.

Овој водич има за цел да ги поддржи ромските младински работници за зајакнување на вештините за медиумска писменост меѓу младите Роми. Исто така има за цел да обезбеди увид во концептот на медиумска писменост, неговите цели, стратегии и методи, како и да обезбеди поддршка на младинските работници кои работат со млади Роми. Овој водич е развиен како дел од проектот Поддршка на социјалното вклучување на младите Роми преку неформално образование Втор (II) Дел, имплементиран од ИРЦА од Албанија, Националниот ромски центар (НРЦ) од Република Северна Македонија и Академика-245 од Бугарија. Проектот е поддржан од Еразмус+ програмата на Европската унија.

Првиот дел од упатството го објаснува концептот на медиумска писменост, методите на работа во медиумската писменост и работата со млади Роми. Вториот дел од упатството претставува програма за обука за вештини за медиумска писменост.

## Што е медиумска писменост?

Во сложено сложениот свет, скоро е невозможно да се функционира без медиуми. Активности како читање, слушање музика, дневни информации за релевантни случувања пристигнуваат преку некој медиум. Повеќето медиумски содржини се обидуваат активно да привлечат внимание и да испраќаат порака. Појавата на дигиталните медиуми има силно влијание врз секојдневниот живот на луѓето, како на социо-културно, така и на психо-когнитивно ниво (Раниери, 2011, стр. 10).

Дефинициите за медиумска писменост се разнолични, но вообичаените атрибути вклучуваат можност за пристап, проценка, анализа, преглед, критика и креирање на содржини од различни медиуми (Михаилидис, 2009, стр. 7). Друга дефиниција пак ќе ја опише медиумската писменост како можност за разбирање на содржината на кој било медиум, печатен, аудио, видео на површно но и на подлабоко ниво (Смилер, 2014). Со други зборови, медиумската писменост претставува збир на вештини што можат да се применат на кој било медиум. Националното здружение за образование за медиумска писменост го дефинира овој концепт како „можност за пристап, анализа, евалуација и комуникација на информации во различни форми, вклучувајќи печатени и онлајн содржини“ (Смилер, 2014, стр. 1).

„Медиумската писменост се очекуваше да се соочи со огромни и комплицирани социјални проблеми. Се сметаше дека медиумите се причина за општествените и детските проблеми, а образованието за медиумска писменост е решение за двата проблема. Од наставниците се очекуваше да бидат ослободени од медиумско влијание со цел да можат да ги научат учениците со вештини за критичко размислување со што би се зајакнала нивната личност“

**- Дафна Лемеш, Деца и медиуми: Глобална перспектива, 2015 година**

Сепак, основните дефиниции за медиумска писменост не само што се однесуваат на огромната разновидност на медиумски извори на кои се базираат овие вештини, туку и на видот на активностите во овој процес. Ова е клучниот сегмент во друга дефиниција за медиумска писменост, која се однесува на тоа како „активно истражување и критичко размислување за содржините што ги примаме и креираме“ (Хобс и Јенсен, 2009, како што се цитираат во Булгер и Дејвисон, 2018). Поради тоа, можеме да заклучиме дека медиумската писменост претставува комбинација на различни вештини, кои кога се применуваат во контекст на толкување и креирање содржини за масовна комуникација. Националното здружение за образование за медиумска литература во САД (NAMLE) ја дефинира медиумската писменост како „можност за пристап, анализа, проценка, креирање и дејствување користејќи ги сите форми на комуникација“ (Булгер и Дејвисон, 2018, стр. 3).

Она што е карактеристично за обете дефиниции е нивниот фокус на капацитето на поединецот за толкување на содржината. Овие капацитети, особено оние споменати погоре, не се нешто што се учи само преку еден предмет / курс. Тие треба да претставуваат дел од сеопфатен образовен процес на една личност.

Во минатото, како резултат на дискурсот за „корумпираното влијание“ на медиумите, медиумското образование првенствено се состоеше од техники насочени кон отпор кон медиумите. Овој пристап беше присутен во многу западни земји до 1960-тите, а подоцна и во другите делови на светот.

Повеќето експерти се едногласни дека Националната конференција за лидерство за медиумска писменост во 1992 година е причина за усвојување на нов концепт / парадигма за медиумската писменост како можност за пристап, анализа, евалуација и комуникација на содржини во различни форми (NAMLE).

Дефиницијата што најчесто се цитира во САД е скратена реченица издвоена од учесниците на Институтот за лидерство за медиумска писменост од 1992 година: Медиумската писменост е пристап кон образованието во 21 век. Дава можност за пристап, анализа, евалуација, креирање и учество со користење содржини во различни форми - од печатени до видео содржини на интернет. Медиумската писменост овозможува разбирање на улогата на медиумите во општеството, како и основните вештини за испитување и самоизразување неопходни за граѓаните во демократијата. Она што е важно да се разбере е дека медиумската писменост не значи „заштита на децата“ од несакани содржини.

Иако некои групите ги повикуваат семејствата да ги исклучуат мобилните телефони или телевизорот, но факт е дека медиумите се толку вкоренети во нашето културно милје што дури и ако ја исклучите „технологијата“ не можете да избегате од денешната медиумска култура. Медиумите веќе не влијаат само на нашата култура. Тие се нашата култура. Затоа, медиумската писменост има за цел да им помогне на студентите да станат компетентни, размислуваат критички и се писмени во сите медиумски форми, за да ја разберат содржината на она што го гледаат, слушаат или комуницираат, наместо да дозволат пропагандата да ги контролира.

За да се стане медиумски писмен не значи дека треба да меморирате факти или статистички податоци за медиумите, туку да научите да ги поставувате вистинските прашања за тоа што гледате, читате, слушате или креирате. Оваа способност Лен Мастерман, признатиот автор за медиумско образование, ја нарекува „критичка автономија“ или способност да размислува за себе. Без оваа фундаментална способност, индивидуата не може да има целосно достоинство како човечка личност или да биде активен граѓанин во демократско општество. Сепак, дефинициите еволуираат со текот на времето и сега е потребна поробусна дефиниција за да се постави медиумската писменост во контекст на нејзиното значење при образованието на студентите за глобалната медиумска култура во 21 век. Комплетот MediaLit C на CML ја користи оваа проширена дефиниција (Thoman & Jolls, 2008, стр. 42).

Медиумската писменост може да се подели на следниве делови (Туомимен и Котилаинен, 2012, стр. 13):

- „Естетски и креативни вештини: можност за прегледување, слушање, креирање и толкување на медиумски содржини. Учениците можат да ги развијат овие вештини со создавање на сопствени медиумски содржини.
- Интерактивни вештини: можност за комуникација преку медиуми и можност за сопствено идентификување со различни улоги на медиумите. Овие вештини можат да се развијат преку заедничко учење и вежбање. Интерактивните вештини се индикација за подготвеност да се изразат сопствени ставови и погледи.
- Вештини за критичко анализирање. Вештина за разбирање на различните медиумски содржини и нивното значење во даден контекст. Ученик може да ги толкува и проценува медиумските форми и содржини преку различни аналитички алатки. Овие вештини најдобро се развиваат преку проучување на разновидни медиумски содржини и жанрови.
- Безбедносни вештини. Вештина за решавање на проблематични ситуации и избегнување на непријатни ситуации. Кога станува збор за безбедноста на интернет, најважните безбедносни вештини вклучуваат заштита на приватноста на некој и избегнување компромитирачки содржини и контакти “.

Важно е да се напомене дека медиумите постојано се развиваат, како во нивните технички квалитети, и форми така и на начинот на кој „допираат“, до публиката. Токму поради ова потребна е континуирана едукација за медиумска писменост. Никогаш и ниту еден момент не можеме, да ги стекнеме сите вештини за користење и толкување на медиумските содржини кои ни се потребни во текот на целиот живот па поради тоа треба континуирано да го надградуваме нашето знаење и вештини.

Што не е медиумска писменост:

- „Напад “ на медиумите што е различно на критикување на медиумите кои припаѓаат во доменот на медиумската писменост;
- Медиумската продукција не е медиумска писменост, иако се претпоставува дека креаторот на содржината е медиумски описменет;
- Презентацијата на различни медиуми форми на час не е образование за медиумска писменост;
- Анализата на медиумската содржина за политички пораки не е медиумска писменост; концептот е многу поширок;
- Консумирање на медиумска содржина нема само по себе со поголема медиумска писменост.

## Зошто е важна медиумската писменост?

Важноста на медиумската писменост во нашето општество расте паралелно со брзиот развој на нови и подостапни технологии за масовна комуникација. Медиумската писменост е важна поради нејзиното влијание врз начинот на комуникација и соработка со нашите заедници:

1. „Влијанието на медиумите во нашите централни демократски процеси. Во глобалната медиумска култура, на луѓето им се потребни три вештини за да бидат активни граѓани на демократијата: критичко размислување, самоизразување и учество. Медиумската писменост ги учи на овие основни вештини, овозможувајќи им на идните граѓани да ги сортираат политичките содржини, да го разберат подобри и да учествуваат во јавното дебатирање за да на крај донесат правилна одлука на гласачкиот пункт.
2. Високата стапка на медиумско консумирање и заситеноста на општеството. Мобилните телефони, социјалното вмрежување, видео игрите, телевизијата, поп музиката, радиото, весниците, списанијата, билбордите, интернетот не изложуваат дневно на многубројна разновидна содржина што нашата прабаба и баба била изложена за една година. Медиумската писменост ги учи вештините што ни се потребни за безбедно движење низ ова море од слики и пораки - за целиот наш живот.
3. Влијанието на медиумите врз формирање на перцепции, убедувања и ставови. Истражувањата се различни за обемот и видот на влијанието, но несомнено е дека тие имаат значително влијание врз начинот на кој го разбираме, толкуваме и делуваме во нашиот свет. Помагајќи ни да го разбереме нивното влијанија, медиумското образование може и да ни помогне да се одделиме од нивната зависност.
4. Зголемената важност за визуелната комуникација и информации. Додека училиштата продолжуваат да бидат преплавени од печатени изданија, нашите животи се повеќе се под влијание на визуелни слики - од корпоративни логоа до огромни билборди, мобилни телефони и веб-страници. Учењето како да се „читаат“ повеќеслојна комуникација базирана на слика е неопходен додаток на традиционалните учебници. Живееме во мултимедијален свет.
5. Важноста на информацијата во општеството и потребата за доживотно учење. Услугите за обработка на информации е основата на нашата продуктивноста но глобалната медиумска индустрија ги провоцира независни гласови и разновидните ставови. Медиумското образование може да им помогне и на наставниците и на учениците да разберат од каде потекнуваат информациите, чии интереси може да бидат застапени и како да најдат алтернативни ставови “(Томан и Јолс, 2008, стр. 12)

Медиумската писменост со соочува со слично проблеми како и образованието, се поставува прашање до кој степен ваквата едукација ќе влијае врз учениците и нивното однесување подоцна во животот. Исто така многу студии во врска со влијанието на образованието за медиумска писменост се критикувани затоа што не во основа не водат сметка за културните и социо-економските разлики при употребата на медиумите, особено кога станува збор за спротивставени мислења во врска со можноста да ги изглади социо-економскиот контекст во однос на пристапот и употреба

Едукацијата за медиумска писменост во иднина треба да се стреми кон неколку цели (Bulger & Davison, 2018):

- A. развие кохерентно разбирање на медиумската средина: претставува континуиран напор во врска со мапирање на медиумската средина - одговорност за пристап до висок квалитет, доверливи информации не зависат само од личноста туку и од институциите, технолошките платформи и владите.
- B. подобрување на меѓу-дисциплинска соработка: ова обезбедува основа за холистичко разбирање на структурата на медиумското опкружување и како поединците се движат низ неа.
- C. искористување на тековната медиумска криза за консолидирање на засегнатите страни: градењето поголема кохерентност на теренот ќе придонесе за подобрување на разбирањето за фактори кои придонесуваат за успешна практика на медиумска писменост.



## Едукација за медиумска писменост

За разлика од многу други вештини, медиумската писменост најчесто ја учиме на неформален, спонтан и несистематски начин. Имено, многу луѓе имаат солидни вештини за медиумска писменост без да поминат никакво специфично образование и обука на оваа тема. Тие учат преку правење или гледање како другите користат медиуми, на практичен и индуктивен начин. Имено, забораваме дека „сегашниот социјален контекст и технолошкиот и медиумскиот контекст всушност ја наметнуваат нивната имплицитна и речиси тајна наставна програма“ (Tuominen & Kotilainen, 2012).

Меѓутоа, со брзите промени во начинот на соработка со медиумите и новите нови методи за масовна комуникација, учењето за медиумите на структуриран и систематски начин стана сè поважно. Исто така не смееме да забораваме дека сите немаат исти можности / пристап неформално да учат за медиумите.

Едукацијата за медиумска писменост има за цел да ги открие често невидливите структури во процесот на создавање, дисеминација и толкување на содржините со цел да придонесе за развој на будни купувачи, скептични набљудувачи и добро информирани граѓани. Докажано е дека медиумската писменост има позитивно влијание во голем број области што го надминуваат самото разбирање и толкување на масовно дисеминираните пораки: полесно прилагодување кон ненадејните промени и кризи (и кај наставниците и кај учениците), како алатка за развој на критичкото размислување и промената на однесувањето (особено кај младите), како и препознавање и соодветно реагирање на партиската содржина (Bulger & Davison, 2018).

Во денешното информатичко општество, медиумската писменост претставува основна вештина, не само за младите, туку и за возрасните. Образованието за медиумска писменост не е само предавање за технички вештини (како да се користи програма, испраќање е-пошта, креирање веб-страница, навигација на интернет), туку и за способности на студентите да ги разберат социјалните импликации и функции на медиумите, да ги користат (во комуникација) на најрефлексивен и одговорен начин (Раниери, 2011, стр. 9).

Во едно истражување на резултатите од медиумската писменост (Jeong, Cho и Hwang, 2012 година, како што се цитираат во (Bulger и Дејвисон, 2018), заклучиле дека резултатите од критичко размислување поврзано со медиумите (свесност за содржина, пристрасност, застапеност) се поверојатно се јавуваат резултати поврзани со однесувањето. Друго истражување спроведено на 2.000 млади луѓе во САД и друго на 627 во Германија покажало помала склоност кон насилство.

Кога зборуваме за едукација за медиумска писменост, постојат осум клучни концепти што треба да се земат во предвид:

1. Сите медиуми се теорија. Ова се пораки кои се внимателно дизајнирани од нивните креатори. Нивниот развој честопати бара голема вештина и напор. Таков е примерот со филмовите, кои претставуваат врвен медиумски производ што е комбинација на фотографија, звук, монтажа, осветлување, звук, специјални ефекти, костум, шминка, итн. Суштината на медиумската писменост е да се погледне под површината и да идентификуваме како и зошто се конструирани.
2. Медиумите нудат конструкции на реалноста. Честопати публиката ги зема медиумските пораки „здроаво за готово“, и ги доживуваат како изрази на реалноста, притоа не сфаќајќи дека е приказ на реалноста што произлегуваат од перспективата на реалноста.
3. Интерпретацијата на медиумските пораки не е униформна. Различна публика различно реагира на медиумските пораки, во зависност од нивниот поглед на светот и нивото на медиумска писменост. При едукација за медиумска писменост, важно е да се напомене дека студентите треба да бидат подготвени за различни толкувања на текстовите, и дека реакцијата на текстот е производ на самиот текст и на сè што публиката му додава на текстот - латентно искуство на животот.
4. Медиумите имаат големо влијание врз нашата култура, на пример, преку промовирање на потрошувачка. Студентите по медиумска

писменоста треба да разберат дека голема количина медиумска содржина е создадена не само за да се информира, туку за да се промовира одреден начин на однесување и животен стил.

- Во овој контекст, медиумите содржат и промовираат идеолошки и вредносни пораки. На пример, повеќето играни филмови го промовираат она што се нарекува Холивудски сон, во кој љубовта ги освојува сите. Различни медиуми се обраќаат до различна публика, која понекогаш е јасно идеолошки профилирана.
- Медиумите имаат место во политичките битки. Разновидните медиумски канали имаат моќна улога како олеснувачи и промотори на социјалното дејствување и социјалните промени. Медиумските пораки можат да се користат многу ефикасно за да се мобилизираат граѓаните за одредени настани/причини. Идентификацијата на социјалните и политичките импликации на медиумските текстови е важна вештина во анализата на масовната комуникација.
- Формата и содржината се тесно поврзани со медиумите. Понекогаш нашата перцепција за настан или прашање е резултат на влијание на медиумите. Луѓето кои читаат различни весници формираат различни впечатоци за иста вест.
- Секој медиум има своја уникатна естетска форма. Анализата на текстовите за масовна комуникација треба да ја зајакне способноста на студентите да уживаат и да се забавуваат додека го продлабочуваат нивното разбирање за тоа како функционираат медиумските текстови. (Преземено од Ресурсен документ за медиумска писменост, Министерството за образование на Онтарио, Торонто, 1989 година).

Важен елемент во медиумската писменост е информациската писменост. Терминот информациска писменост се однесува на збир од компетенции за добивање, разбирање, оценување, прилагодување, генерирање, складирање и презентирање на информации при анализа на проблемите и при донесување одлуки.

Информациската писменост се однесува на поседување на неколку клучни вештини: критичко размислување, анализирање на информации и нивно користење за самоизразување, независно учење, креирање, информирање на граѓани и професионалци и учество во демократските процеси во нивните општества.

Оттука, луѓето кои имаат медиумска писменост, можат да соберат, користат, управуваат, синтетизираат и создаваат информации и податоци на етички начин.

Информациската писменост ги вклучува следниве вештини (Tuominen & Kotilainen, 2012, стр. 11):

- „Идентификување / препознавање на информативните потреби: Што сакам да дознам? Каков вид на проблем се обидувам да решам?
- Идентификување на извори на информации: Дали користам Интернет, книги или телевизија? Дали користам примарни, секундарни или терцијарни извори?
- Лоцирање или преземање на информации: Каде треба да барам информации? Од кого можам да побарам помош?
- Анализирање и проценка на квалитетот на информацијата: Од каде знам дека информацијата е веродостојна?
- Организирање, складирање или архивирање на информации: Како ефикасно се организираат информации добиени од повеќе извори?
- Користење на информации на ефикасен и етички начин: Како да ги земам во предвид авторските права?
- Создавање и комуницирање на ново знаење: Како да ја презентирам мојата информација? “

Едукацијата за медиумска писменост ќе биде ефективна само со целосно учество на ученикот и со креирање на можност за интерактивна медиумската содржина. За таа цел, важно е за време на процесот на учење студентите да имаат можност да ги искусат и разберат различните улоги на медиумското креирање и толкување. Процесот на учење мора да биде соодветно адаптирано на возраста со забавни и привлечни практични вежби, кои ќе ја зголеми мотивацијата за учење. Поставување на јасни цели за секој час на студенти ќе им овозможи самите да проценат дали ги постигнале овие цели.

Основни принципи на едукацијата за медиумска писменост (адаптирано од Основните принципи на образованието за медиумска писменост во САД (Шејбе & Рогов, 2012)).

**Едукација за медиумска писменост бара активна  
проценка и критичко размислување за  
содржините што ги примаме и создаваме**

МЛЕ1 ги учи студентите да поставуваат специфични прашања што ќе им овозможат подлабоко или посоефицицирано разбирање на медиумската содржина.

МЛЕ ги учи студентите да развијат критичко размислување, односно да поставуваат прашања за сите медиумски содржини а не само за оние со кои може да не се согласуваат.

МЛЕ ги учи студентите да користат докази засновани на документи и добро аргументирани искази за да ги поткрепат нивните заклучоци.

МЛЕ не значи замена на личните перспективи со нечии други (ваши, наставници, критичари на медиуми, експерти, итн.). Ова вклучува презентирање видеа за медиумска писменост, филмови, книги или други материјали во наставната програма како замена за предавањата за критички аналитички вештини

Наставниците на МЛЕ не ги обучуваат учениците да прашаат ШТО ако има пристрасност во одредена содржина (бидејќи сите медиумски содржини се пристрасни), туку напротив, ШТО може да биде содржината, изворот и значењето на пристрасноста

За наставниците во МЛД, промовирањето на критичко размислување е рутина. МЛЕ ги повикува институционални структури да ги поддржат нивните напори преку активно охрабрување на критичкото размислување во сите училници.

Инаку користење медиуми во училницата не значи МЛЕ.

1 МЛЕ ќе се користи како кратенка од едукација за медиумска писменост.

**Едукацијата за медиумска писменост го проширува концептот на писменост (т.е. читање и пишување) за да ги вклучи сите форми на медиуми.**

Како и генералната писменост, која бара и читање и пишување, МЛЕ ја објаснува и анализа и изразување.

МЛЕ им овозможува на студентите да ги изразат своите идеи преку повеќе медиумски форми (на пример, традиционален печатен, електронски, дигитален, создаден од корисник и безжичен) и им помага на студентите да создадат врски помеѓу разбирањето и правењето заклучоци за печатен, визуелен, и аудио медиуми.

МЛЕ се одвива во различни локалитети, вклучително, но не ограничувајќи се на: училишта, дополнителна настава, преку Интернет, универзитети и колеџи, религиозни институции и дома.

МЛЕ ја подржува употребата на широк спектар на „текстови“ во медиумите, вклучително и популарните медиуми.

МЛЕ забележува дека еволуирачките форми на медиуми, општествените промени и институционалните структури бараат постојано нови наставни пристапи и практики.

МЛЕ се преклопува со други писмености, т.е. се разликува од, но има и многу заеднички цели и техники со печатена, визуелна, технолошка, информативна и друга писменост.

МЛЕ се преклопува со други писмености, т.е. се разликува од, но има и многу заеднички цели и техники со печатена, визуелна, технолошка, информативна и друга писменост.

Едукацијата за медиумска писменост креира и ги зајакнува вештините за учениците од сите возрасти. Како и генералната писменоста и медиумската бара интегрирана, интерактивна и континуирана практика.

Медиумската писменост не е компетентност „која ја имаш или ја немаш“, туку таа се развива континуирано како вештина, знаења, став и активност.

Барањата на МЛЕ не можат да се решат со еден настан, час, ден, па дури и еднонеделна настава. Наместо тоа, наставниците по МЛП се обидуваат да им обезбедат на студентите бројни и разновидни можности за вежбање и развој на вештини за анализа и изразување.

МЛЕ ги ангажира студентите преку разновидни стилови на учење.

МЛЕ е најефикасен кога се користи со методи за учење во кои наставниците учат од учениците, а учениците учат од наставниците и од соучениците.

МЛЕ гради вештини кои поттикнуваат здрав начин на живот и донесување на одлуки; не станува збор за имунизација на луѓе од ефектите предизвикани од штетни медиуми.

МЛЕ подучува управување со медиуми на начин кој им помага на студентите да научат да донесуваат информирани одлуки.

Едукацијата за медиумска писменост создава информирано, внимателни и ангажирани учесници кои се од суштинско значење за демократското општество.

МЛЕ ги промовира студентски интерес преку вести и информации за тековни настани како дел од граѓанска иницијатива.

МЛЕ е дизајниран да креира граѓани кои се скептични, а не цинични.

МЛЕ им дава на студентите вештини што им се потребни за да преземат одговорност за нивна сопствена употреба во медиумите.

МЛЕ иницира и почитува разновидни гледишта.

МЛЕ истражува симболи, погрешни претпоставки и недостатоци во застапеност на културите и земјите во глобалната заедница

МЛЕ вреднува независно медиуми.

МЛЕ ги обучува студентите да испитаат како структурите во медиумите (на пр., сопственост, дистрибуција, итн.) влијаат врз перцепцијата на медиумските пораки.

МЛЕ дека е подеднакво важно КАКО учиме и ШТО учиме. Училниците треба да бидат места каде што идеите на учениците се почитуваат, вреднуваат и употребуваат.

МЛЕ не е замена за владината регулација на медиумите, а ниту пак владината регулатива е замена за МЛЕ.

МЛЕ не е замена за медиумите кои делуваат во интерес на јавноста Истовремено, не станува збор за напади на медиумите, т.е. симплистички, реторички или генерализирани напади врз некои типови медиуми или на медиумска индустрија како целина.

**Едукацијата за медиумска писменост препознава дека медиумите се дел од културата и функционираат како агенти на социјализација.**

МЛЕ вклучува медиумски текстови кои презентираат разновидни идеи, перспективи и заедници.

МЛЕ вклучува можности за осознавање на алтернативни медиуми и меѓународни перспективи.

МЛЕ се осврнува на теми како насилство, пол, сексуален однос, расизам, стереотипи и други прашања теми во општеството.

МЛЕ подеднакво ја дели одговорноста за олеснување на меѓусебното разбирање заедно со сопствениците на медиуми, продуцентите и членовите на креативната заедница.

МЛЕ не ја подржува тезата дека медиумите се неважни или дека медиумите се проблем.

Едукацијата за медиумска писменост потврдува дека луѓето ги користат своите индивидуални вештини, убедувања и искуства за да создадат сопствени содржини од медиумските пораки.

МЛЕ не ги учи студентите што да мислат; туку како можат да дојдат до информации кои се најсоодветен со нивните сопствени вредности.

МЛЕ им помага на студентите да станат свесни и да размислуваат за значењето што тие им го придаваат на медиумските пораки, вклучувајќи и како тоа значење се одразува на нивните сопствени вредности

МЛЕ не значи откривање на студентите што е „вистинското“ или „точното“ или „скриеното“ значење на медиумските пораки, а ниту пак да идентификување кои медиумски пораки се „добри“, а кои „лоши“. Во МЛЕ, анализата на медиумите е истражување на најразлични аспекти и не фокусирање на „правилно“ читање.

МЛЕ препознава дека толкувањата на учениците од текстовите во медиумите може да се разликуваат од толкувањето на наставникот без да бидат погрешни.

МЛЕ користи групна дискусија и анализа на медиумски пораки за да им помогне на студентите да разберат и проценат различни перспективи и гледишта.

МЛЕ ги препознава и поздравува различните искуства во медиумите на лица од различна возраст.

МЛЕ користи групна дискусија и анализа на медиумски пораки за да им помогне на студентите да разберат и проценат различни перспективи и гледишта.

МЛЕ промовира развој, разбирање и почит преку испитување на вкусови, избори и преференции.

### **Влијанието на медиумите врз вредностите, ставовите и стереотипите**

Медиумите се моќни пренесувачи на вредности и ставови. Имено, медиумите не само што ги рефлектираат општествените дебати и услови, тие исто така учествуваат во процесот на борба со наративите. Ваков пример е влијанието на медиумите врз улогата на половите во општеството. Традиционално, суперхероите биле машки фигури, додека жените биле прикажувани како предмет на машкото внимание. Таквите стереотипи во медиумите ги зајакнуваат некои општествени позиции во однос на природата и улогите на различните родови. Медиумите можат лесно да претстават стереотипи за теми за кои гледачите немаат лично искуство. Стереотипите не секогаш се негативни, честопати тие ни помагаат да го разбереме светот. Сепак,



### Користење на медиуми во образованието за медиумска писменост

Медиумската писменост најдобро се учи преку ангажман. Ангажман значи обезбедување на студентот со можност да искуси, анализира и користи различни видови медиуми. Шејбе и Рогов даваат упатства за користење медиуми во образованието за медиумска писменост (Шејбе и Рогов, 2012 година, стр. 97–98):

1. Користете „богати“ медиумски содржини. Ова вклучува проценка на желбите на групата студенти за да можат ефективно да ги вклучат медиумските содржини што би биле интересни и привлечни за групата. Сепак, овие треба да бидат во согласност со вашите цели за учење и да можат да ви дадат повратни информации за тоа дали студентите ги постигнале целите на сесијата. Често најинтересните согледувања ќе бидат резултат од медиуми што вашите студенти веќе редовно ги користат, но не размислувале многу за нив, а самите студенти можат да бидат охрабрани да донесат примери од медиумите за кои сметаат дека се интригирачки, инспиративни, збунувачки и погрешни.
2. Кога зборувате за вештините за декодирање, проверете дали користите различни видови медиуми. Користете историски и привремени содржини, комерцијални и независни, професионално креирани и генерирани од корисници и претставници на различни жанрови на медиуми и медиумски форми.
3. Бидете сигурни дека соодветно ги адресирате проблемите со авторските права.
4. Однапред подгответе релевантни информации за историјатот за некои жанр или форма на медиуми.
5. Запомнете дека „помалку е повеќе“ и дека е подобро да се фокусирате на повеќе сесии кои можете да ја реализирате во краток временски период. Кога користите медиумска „богата“ содржина, проверете дали е кратка и соодветна за работа во однос на техничките, просторните и временските ограничувања на сесиите.

### Декодирање на медиумски пораки

Декодирањето на медиумските пораки претставува клучна вештина за медиумска писменост. Подолу се претставени неколку упатства кои можат да бидат искористени кога работите на оваа тема:

1. Креирајте историјат и содржина за анализата пред работата за декодирање. Бидете сигурни дека кога користите богата аудиовизуелна медиумска содржина, времетраењето на содржината е кратко. Пред почетокот на декодирањето, објаснете и на групата за дискусијата која ќе следи по сесиите за декодирање, за да добијат идеја по што да трагаат и да анализираат во процесот на декодирање.
2. Декодирањето секогаш започнете го со прашање. Прашањата може да бидат општи, со цел да поттикнете дебата меѓу студентите. Прашањата за иницирање на дебата се важни затоа што тие даваат тон и насока на дискусијата и на процесот за декодирање. Еве неколку примери на такви прашања:
  - а. Какви содржини добивате?
  - б. Како се чувствувавте додека го гледавте / читавте / слушавте ова?
  - в. Дали некој сака да ги сподели сопствените впечатоци?

Подоцна, може да се постават поспецифични прашања:

- г. Која е целната група за ова, содржина и како знаете дела е вистинската целна група?
- д. Кој може да има корист од оваа порака? Кому може да му наштети?
- ѓ. Дали е ова факт, мислење или нешто друго?
- е. Кои техники ги користи медиумот за да пренесе различни пораки за темата?

3. Прашања што се однесуваат на докази за нивните тврдења. На пример, можете да поставите прашања како што се:
- Каде го гледате тоа?
  - Што ве тера да го кажете тоа?
  - Како знаете?
4. Кога е соодветно, поставете дополнителни прашања, кои можат да обезбедат увид во клучните перспективи и содржината:
- Проширување („Каж ми повеќе за тоа...“, „Што мислиш со тоа...“)
  - Толкувања („Како би го опишале тоа...“)
  - Појаснувања („Значи, велите...“, „Дали мислите“)
  - Повторно повторување (Барање за повторување на концепт или точка)
  - Афирмации („Ова е интересно“).
5. Обидете се да ги вклучите и други учесници на сесијата:
- Некој друго размислење за ова?
  - Дали се согласувате или не се согласувате?
  - Аурора, што мислиш?

6. Покажете почит на учесниците додека ги поставувате прашањата. Користете што е можно повеќе позитивни, непристрасни зборови за да создадете пријатна атмосфера во која учениците ќе се чувствуваат охрабрани да ги искажат своите мислења, дури и кога другите ученици (или вие) не се согласуваат. Секогаш имајте ја предвид улогата што ја играте како модел за вашите студенти. Исто така разгледајте како може да ги организирате работни маси или столчиња за да ја олеснат дискусијата (на пр., во круг за да може секој да ги гледа другите учесници и вниманието на сите да не биде насочено само кон вас) (Scheibe & Rogow, 2012, стр. 101– 102).

### **Настава за медиумска писменост на младите од загрозените групи**

Медиумската писменост е особено важна за студентите во неповолна положба или изложени на ризик - „млади луѓе чиј потенцијал да станат одговорни и продуктивни возрасни лица се ограничени од предизвиците во рамките на општеството во кое живеат“. Студентите кои припаѓаат на оваа важна популација, кои исто така се и недоволно вклучени во општествените текови, може да имаат проблеми во интеракцијата со другите за време на часовите по медиумска писменост, особено со возрасните и нивниот пристап (Фризем, 2014).

Кога работите со ученици од ранлива група, обучувачот треба да биде свесен за можните предизвици со кои ќе се соочат за време на обуката. Студентите со помалку можности и кои доаѓаат од финансиски посиромашни семејства веројатно ќе имаат помалку искуство и знаење за различни видови медиуми во споредба со нивните врсници. Исто така, многу од нив се свесни за ова и се чувствуваат засрамено или загрижени од може да бидат исмевани од нивните врсници.

Оттука, при планирање на обука за медиумска писменост со ученици од ранлива група, се препорачува да направите проценка за нивото на медиумска писменост на групата непосредно пред обуката и да предвидите дополнително време во вашето планирање за решавање на овие предизвици. Многу студенти нема да имаат практично искуство со некоја технологија но истите не треба да бидат третирани како „ученици со посебни“ потреби. Успех е да ги направите студентите да се чувствуваат пријатно во групата, удобни со технологиите што ќе ги користите и мотивирани за учеството. Со тоа учесниците ќе се само-идентификуваат со процесот и со нетрпение ќе учествуваат во сите активности а со тоа и ќе ја остварат целта на обуката.

Табела за проценка на медиумската писменост (Tuominen & Kotilainen, 2012).

Ниво	Вештини
Почетничко ниво	Воопшто не знае или многу малку знае да чита и пишува
	Основни вештини за техничка употреба на медиуми
	Многу малку или воопшто нема можност да се користат медиуми дома
Основно ниво	Умерени вештини за читање и пишување
	Искуство со употреба на технички медиуми (користење е-пошта, сурфање на веб страници, користење на интернет)
	Можност за користење на разни медиуми дома
Напредно ниво	Добри вештини за читање и пишување, искуство за самоизразување преку медиуми (видео, ТВ, радио)
	Постојана употреба на технички уреди
	Можност за користење на разни медиуми дома

Медиумската писменост е од особено значење за младите луѓе кои припаѓаат на маргинализирани групи од неколку причини. Едната е поврзана со растечката важност на медиумската писменост за целосно и ефективно учество во општеството. Во современата ера, медиумите претставуваат клучна алатка за пристап до информации и комуникација со институциите, другите членови на заедницата итн. Медиумската писменост им помага на младите да го изразат својот глас, да се поврзат со своите заедници и да го зголемат својот граѓански ангажман преку споделување на нивните мислења за општествено важни прашања со врсници и возрасни (Фризем, 2014).

Трето, медиумската писменост има различно значење и влијание за различни генерации. Генерацијата на млади луѓе кои пораснале во дигиталното време не можат да ги замислат своите животи без медиуми и технологија. Вие, кои припаѓате на таканаречената генерација Z, „дигиталните староседелци“, ги користите медиумите како секојдневна рутина. Исто така, постои јаз меѓу лицата кои се родени и израснати во дигиталното време, „дигиталните домородци“ и лицата кои не пораснале со дигиталните медиуми, „дигиталните имигранти“. Овие две групи имаат различен став кон медиумите и нивната улога во современата култура. За младите, употребата на медиуми има силна социјална компонента. Користејќи медиуми, тие истражуваат виртуелни заедници, создаваат нови или контактираат со пријателите и семејството (Tuominen & Kotilainen, 2012, стр. 31–32).

Кога работите со млади во неповолна положба, проверете дали:

- тие се активно вклучени во процесот на учење и им е дозволено да развиваат сопствено разбирање за концептите;
- тие најдобро ќе научат кога содржината ќе биде соодветна и применлива, поврзана со „реалниот живот“ и нивните специфични искуства;
- тие ќе научат поефикасно кога нивните мислења - знаење, прашања - ќе бидат ценети и интегрирани во процесот на учење;
- тие ќе научат поефикасно ако проценат дека сте посветени и лојални на темата и целите на сесијата.

## Елементи на медиумска писменост

### Учество

Учеството се однесува на улогите што ги преземаат младите во однос на различни медиуми. Учеството може да се манифестира преку различни форми и употреби како на пример учество на Интернет форум, креирање содржина, пишување блог, споделување корисни ресурси итн. Учеството може да има повеќе придобивки на индивидуално ниво (развој на компетенции, формирање на различни гледишта), на ниво на заедница и социјално ниво (ангажман во заедницата и демократско учество). Џенкинс (како што е цитирано во (Раниери, 2011)) тврди дека дигиталните технологии го подобруваат развојот на „културата за учество“, со заедничка конструкција на знаење што им дава можност на младите да развиваат нови знаења и вештини и можат да придонесат за ангажирање на заедницата и зајакнување на младите. Овие технологии носат и некои ризици,

Во однос на темата на учество, програмата за обука (презентирана во следните поглавја) ќе има за цел промовирање на вештини и способности поврзани со:

- разбирање на концептот “дигитален јаз”;
- разбирање на концептот на онлајн / офлајн заедница;
- комуникациски вештини;
- вештини за дебатирање;
- вештини за анализа, евалуација и синтеза.

### Кредебилитет

Дигиталните технологии обезбедуваат пристап до широк спектар на информации, што секако претставува некои од нејзините клучни придобивки. Истовремено ваквиот пристап е ризик за со кредебилитетот и сигурноста на изворите на информации и бара воспоставување на механизми за контрола на квалитетот, како на индивидуално, така и на институционално ниво. Од особена важност се механизмите за оптимизација што ги користат многу пребарувачи, но исто така и постоењето на медиуми кои намерно шират лажни вести. Младите луѓе кои секојдневно ги користат овие медиуми, се најизложени на овие ризици. Ова се должи на две причини, една дека нивната свесност за овие ризици може да биде инфериорна во однос на возрасните и затоа што нивниот емоционален развој е помалку зрел за разлика од возрасните (Раниери, 2011 година). Основен дел од ефективната употреба на информатичките технологии е можноста на корисниците да наоѓаат, избираат, проценуваат и организираат информации. Интернетот ги прошири можностите за пристап до податоци и информации надвор од сите верување. Базите на податоци, изворите на информации, онлајн алатките и апликациите за различни сфери се достапни на само неколку „кликони“ (Раниери, 2011, стр. 47).

**Како е можно да се најдат сигурни информации преку Интернет?**

**Кои критериуми ни требаат за да го одредиме нивниот кредебилитет?**

**Како можеме да ги елаборираме и презентираме информациите на сериозен и креативен начин?**

Во однос на темата за кредебилитет, програмата за обука (презентирана во следните поглавја) ќе има за цел промовирање на вештини и способности поврзани со:

- како работат пребарувачите
- концептот на веродостојност на информациите
- можност за развој на стратегија при пребарување на веб

- концептот на кредибилитет на информацијата
- можност за критичко оценување на информациите
- можност за организирање и сумирање на информации.

### **Идентитет**

Новите дигитални медиуми придонесуваат до развојот на личниот идентитет кај младите и да им помогнат да ги откријат своите интереси, самоизразување, да разговараат за нивните проблеми анонимно, да експериментираат со нови однесувања и да најдат луѓе со сличен интерес на нивниот.

Ова исто така носи и ризици - вклучување во измамнички односи, експериментирање со опасно однесување, поддржување на нарцизам и егоцентризам (особено во врска со само-презентација на социјални мрежи) и само-перцепција врз основа на повратните информации од други корисници на Интернет (Раниери, 2011, стр. 15).

Која улога можат да ја играат дигиталните технологии во процесот на пребарување / развој на идентитет кај младите луѓе? Некои експерти ја истакнуваат позитивната улога што мрежите можат да ја имаат во смисла на поддршка на самоистражување и експериментирање со повеќе идентитети со можност за анонимност. Овие технологии, исто така, обезбедуваат различни можности за самоизразување на младите, кои можат да ги развијат нивните таленти и да научат на нови вештини.

Сепак, овие технологии исто така можат да доведат до непријатни последици, на пример, да бидат жртви на измами или сами да вршат измами.

Што се однесува до темата за идентитет, програмата за обука (претставена во следните поглавја) ќе има за цел промовирање на вештини и способности поврзани со:

- разбирање на онлајн / офлајн концепт на идентитет;
- разбирање на односот помеѓу идентитетот и улогите;
- разбирање на позитивните и негативните импликации на дигиталните технологии врз идентитетот;
- способност за самоизразување во мрежни и офлајн контексти;
- способност за ефективна само-презентација.

### **Приватност**

Можеби едно од најважното прашање при користењето на дигиталните технологии е поврзано со прашањето на приватноста. Новите дигитални медиуми претставуваат невидени можности (а понекогаш и барања) за споделување лични информации, што предизвикува загриженост во врска со сигурноста и безбедноста на податоците на корисникот. Младите многу малку или воопшто не се свесни за ризиците од споделување на специфични лични податоци и немаат знаење за тоа како тие информации можат да бидат злоупотребени. Она што особено загрижува е идентификување на лични податоци за комерцијална употреба. Младите се најчесто целна група за интернет мапирање, преку јасно дефиниран интернет профил и преку нивните интернет интеракции најчести се (зло)употребувани за како промотори на одредена рекламна содржина. Исто така поради кражбата и злоупотребата на лични податоци од особено значење е стекнување на знаење и вештини за правилно управување со нивните лични податоци на Интернет.

Приватноста е скоро невозможен статичен концепт и поради тоа неговото значење во врска со тоа што може да се објави во јавноста а што треба да се зачува, што може да се покаже, а што не, се менува со текот на времето. Концептот на приватност е под силно влијание на социо-културниот и технолошкиот контекст. Имајте на ум дека во некои случаи анонимноста и приватноста обезбедена од дигиталните технологии претставуваат релевантна стратегија за некој да ја сподели својата / нејзината

идеи и да ги намали можни ризици поврзани со овие активности.

### **Како да управуваме со нашето присуство на интернет?**

**Во колкава мера треба да споделуваме на интернет лични информации треба да споделуваме преку Интернет?**

**Кои се ризиците од споделување информации на интернет?**

Следното поглавје има за цел да ги прошири знаењата и да ја подигне свеста на студентите во врска со концептот на приватност во онлајн светот. Преку овие активности, студентите треба да можат подобро да ја разберат и осигураат безбедноста на нивните лични податоци, за да можат да ги проценат ризиците поврзани со споделување на лични информации на Интернет.

Во однос на темата приватност, програмата за обука (презентирана во следните поглавја) ќе има за цел промовирање на вештини и способности поврзани со:

- концептот на приватност и слични поими поврзани со приватноста;
- концептот на приватност на интернет и на социјалните мрежи;
- можност за управување со лични податоци на Интернет;
- можност за заштита на сопствената приватност и лични податоци при интернет интеракција;
- почитување на приватноста на другите корисници при интернет интеракција.

### **Авторство**

Новите технологии обезбедуваат невидени можности за креирање на разновидна содржина - пишување блогови, креирање видеоклипови / видео блогови, уметност, музика, итн. Веб 2.0 ја трансформираше публиката од обични потрошувачи во „прозумер“ - потрошувачи и креатори на содржини на исто време. Растат новите форми на авторско право а истовремено и проблемите, како на пример незаконско споделување и преземање датотеки.

Во последниве години, наставниците, особено во средно и високото образование, се соочија со феноменот „копирај и залепи“. Ова стана речиси редовна практика кај студентите. Поради лесната пристапност до дигиталните содржини (книги, статии и сл.), Трудите за пишување честопати подлегнуваат на компилација од копирани наративи од различни извори, без презентирани оригинална мисла и честопати без соодветно цитирање на изворите. Типичен пример за тоа е Википедија, проект за кој никогаш не ги познаваме авторите. Развојот на лиценците Криејтив комонс вовеле и радикална промена во разбирањето на авторските права.

Што се однесува до темата авторство, програмата за обука (претставена во следните поглавја) ќе има за цел промовирање на вештини и способности поврзани со:

- Разбирање на концептот на референцирање / цитирање
- Разбирање на концептот за авторско право
- Разбирање на концептот за правилна употреба на изворите
- Можноста за користење на лиценците на Криејтив комонс

## Сесија 1 - Меѓусебно запознавање

Целта на оваа сесија е да добијат информации и да се подигне свеста за различните видови медиуми што ги користат студентите.

За обучувачот:

Побарајте од учениците да ги опишат сите активности што ги извршуваат во еден ден. Оваа вежба треба да се направи индивидуално. Не е потребна дополнителна технолошка опрема. Кога ќе завршите, замолете ги учениците да ги презентираат своите раскази пред групата.

За студентот:

Впишете ги сите активности што ги извршувате во текот на еден ден, од моментот кога ќе се разбудите до моментот пред да си легнете. Покрај секоја активност, запишете ги информациите што ви се потребни за задачата. На пример, за да се знаете како да се облечете треба да ја знаете надворешната температурата, а за да се качите во автобус, треба да знаете возниот ред, густината на сообраќајот итн. Колку се важни информациите во вашиот секојдневен живот?

Пополнете ја табелата со соодветните информации:

Време	Активност	Дали активната вклучува некаков вид на медиуми?	Ако да, каква информација добивате од тие медиуми?

## Сесија 2 - Медиуми низ вековите / дигиталниот јаз

За обучувачот:

Потребната опрема вклучува најмалку по 1 компјутер со интернет конекција за 2 студенти. Се претпоставува дека студентите можат да користат информации од интернет, пребарувачи и обработка на текст. Интерактивна медиумска табла може да се користи за визуелно демонстрирање на клучните точки на предавањето.

Целта на активноста е да се размисли за концептот на дигиталниот јаз. Направете преглед на темата за масовна комуникација низ вековите и замолете ги учениците да креираат временска рамка за развојот на алатките за масовна комуникација. Студентите треба да работат во групи од по 3-4 лица. За комплетирање на нивната презентација, тие можат да користат големи листови хартија (флип-чарт), фломастери, пост-ит, лепак и слики. Побарајте еден или двајца членови од секоја група да ја претстават својата работа. Дискутирајте со сите учесници кои алатки биле вклучени.

Прашања за дискусија:

***Дали некои алатки / технологии се изоставени?***

***Како различните технологии влијаат на формата и протокот на информации?***

***Колку овие алатки се достапни за членовите на општеството? Дали имаат контрола над нив? Кои се последиците?***

Лекција: Дигиталниот јаз

Дигиталниот јаз се однесува на јазот помеѓу оние кои имаат и оние кои немаат пристап до технологии за масовно комуницирање. Што се однесува до концептот за дигитална поделба, тој претежно се однесува на пристап до технолошка опрема - овој дигитален јаз се толкува како еден вид на исклучување на оние лица кои немаат пристап до ИКТ. Сепак, дигиталниот јаз се однесува и на социјалниот јаз, кој претежно се толкува како последица на претходната/ сегашната нееднаквости во пристапот и употребата на ИКТ. Сепак, друга перспектива ја толкува дигиталната поделба како нееднаквост во пристапот до содржина, пред сè, знаење и информации. Ова првенствено се однесува на оние кои имаат и кои немаат пристап до такви содржини.

ОЕЦД ја дефинира дигиталната поделба како „јаз меѓу луѓето, организациите, компаниите, географските области во многу различни социоекономски нивоа во однос на нивните можности и пристап до ИКТ и употребата на интернет за широк спектар на активности. Дигиталниот јаз покажува многу разлики меѓу земјите и нивните внатрешните региони. Способноста на луѓето и компаниите значително да профитираат од примената на интернет меѓу земјите што припаѓаат на областа на ОЕЦД и оние кои не припаѓаат на неа“ (ОЕЦД, 2001).

Оттука, концептот на дигитална поделба, кога се применува на универзално ниво, се однесува на различни димензии (географски, социјални, технолошки) и вклучува два различни проблема, пристапот и употребата на ИКТ, феномен креиран под влијание на пристапот до телекомуникациските објекти и инфраструктури (Раниери, 2011).



### Вежба по предавање: Дискусија

Поделете ги учениците во групи и побарајте да го разгледаат дигиталниот јаз во нивните сопствени заедници. Прашања за дискусија:

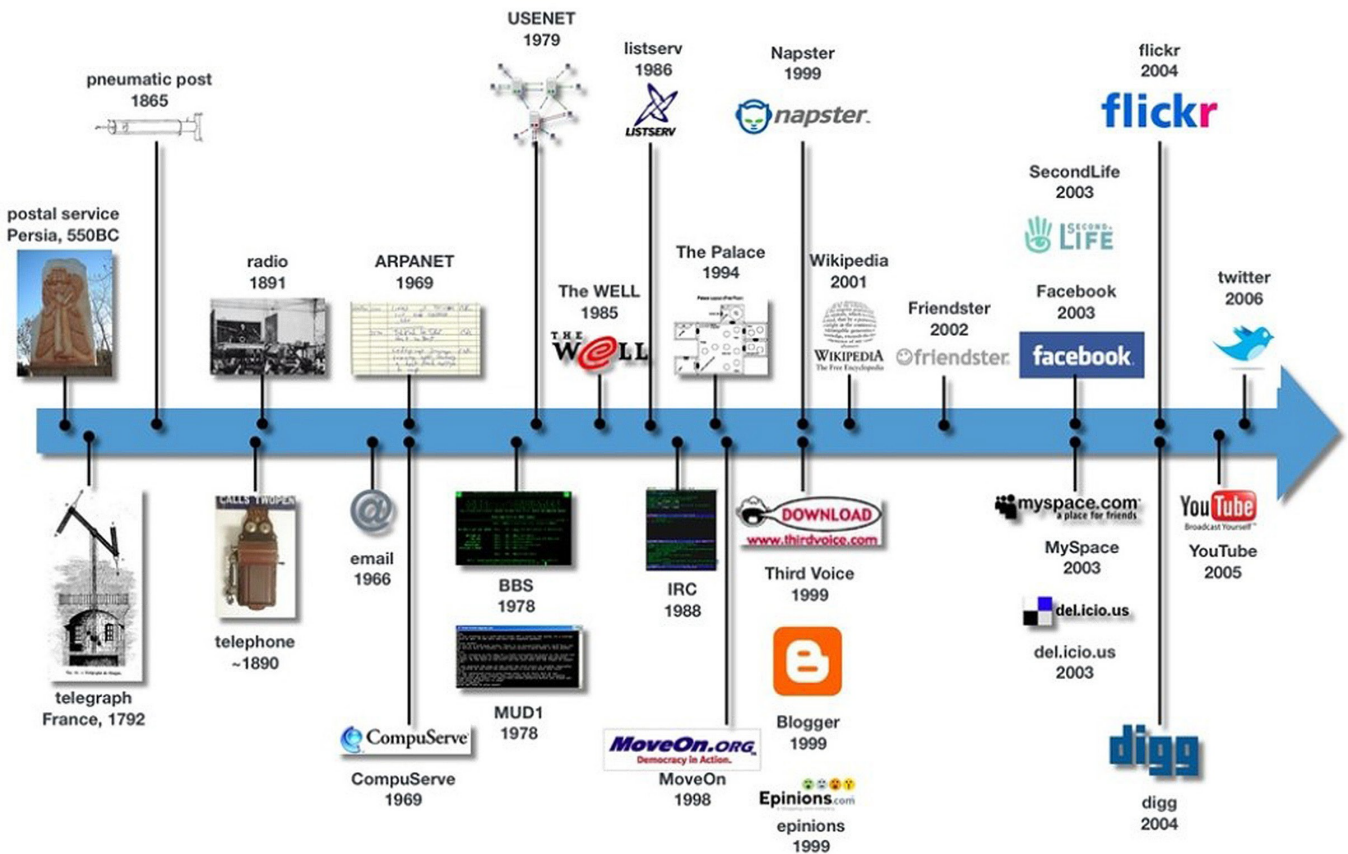
1. Кои групи имаат ограничен или воопшто немаат пристап до дигиталните технологии? Зошто?
2. Дали е ова важно прашање? Зошто?
3. Како влијае ова на нивното учество во општеството?
4. Што треба да се направи во врска со ова?

Теми за понатамошно размислување:

- Историја на комуникација
- Историја на радио
- Историја на телевизија
- Историја на Интернет
- Историја на компјутери
- Историја на мобилни телефони

Завршете ја дискусијата покажувајќи како дигиталниот јаз може да создаде нови начини на маргинализација кои имаат негативно влијание врз активното учество на граѓаните во општеството. Нагласете го влијанието што може да го има врз маргинализираните групи и објаснете ги повеќекратните последици од оваа поделба врз нивното вклучување во општеството.

Пример на временска рамка за социјалните медиуми:



2 Извор на слика: <https://matthewmoyercomm3640.weebly.com/blog/when-and-how-did-new-media-begin>

## Сесија 3 - Комуникација со посредство на компјутер

За обучувачот:

Целта на оваа активност е да ги наведе учесниците да размислат за најрелевантните аспекти на комуникација со посредник (ЦМЦ), како и за одговорноста на една личност кон другите лица и заедницата на која тој/таа им припаѓа при интеракција преку Интернет.

Лекција: Компјутер - комуникација со посредник (ЦМЦ)

Терминот Компјутер - комуникација со посредник (ЦМЦ) се однесува на секоја форма на комуникација што е овозможена преку употреба на компјутери. Кои се главните карактеристики на ЦМЦ? Колку е ЦМЦ различен од „комуникација лице в лице“? Постојат неколку карактеристики кои го разликуваат ЦМЦ комуницирањето од другите форми на комуникација:

- Комуникацијата со посредник (ЦМЦ) не е ограничена со просторни и временски бариери и дава можност и за синхрона (истовремено се развива, „комуникација во живо“) и за асинхрона комуникација (во различно време).
- дава можност за повеќенасочни интеракции - од еден до еден (како што се, на пример, е-пошта), еден до многу (на пример, видео стриминг) и многу до многу (како што се веб-форуми), обезбедувајќи можност за интернет работа на заедници.
- мултимедијалност - може да се оствари преку најразлични форми - текст, слика, видео, звук, видео-блогирање, подкаст, итн.
- отсуство на некои форми на невербални елементи - бидејќи ова е форма на комуникација со посредство што претпоставува отсуство на физичко присуство, елементи на традиционална комуникација, како што се говорот на телото, гестовите и гримаси на лицето итн.
- социјална-релациска несигурност - ова е една од основните одлики на (ЦМЦ), а се однесува на степенот на доверба и перцепцијата што луѓето ја имаат во меѓучовечките односи. Неизвесноста во врската е двосмисленоста што ја чувствуваат луѓето за состојбата на самата врска („Колку сум сигурен во иднината на оваа врска?“).
- чувството на припадност, повикувајќи се на нов вид припадност кој на е поврзано со физичката присутност и територијалност, туку со заедничките интереси и заедничките цели.
- ЦМЦ може да има и некои непосакувани ефекти, кои главно се поврзани со можноста за интеракција на анонимен начин. Постојат неколку видови на што ја чувствуваат луѓето за состојбата на самата врска („Колку сум сигурен во врска со иднината на оваа врска?“).
- чувството на припадност, повикувајќи се на нов вид припадност што повеќе не е поврзано со физичката присутност и територијалноста, туку со заедничките интереси и заедничките цели.

ЦУК може да има и некои непосакувани манифестации, кои главно се поврзани со можноста за интеракција на анонимен начин. Постојат неколку видови на однесување кои се поврзани со злоупотреба на ЦУК:

- пламен: кога се испраќаат навредливи пораки;
- спамирање: кога се испраќаат несакани пораки (најчесто се користат во рекламирање);
- демнат: се однесува на практиката на оние кои, на пример, се приклучуваат на веб-форум, но ретко, ако некогаш, учествуваат во дискусијата (Раниери, 2011, стр. 31).

Нетикета се однесува на збир на правила за свесна и одговорна комуникација преку Интернет.

### Вежба:

Времетраењето на вежбата е 40 минути. Поделете ги учениците во групи од по 4-5. Поделете помеѓу групите различни сценарија. Изберете тројца учесници, и доделете им ги следниве улоги:

- модератор - лице кое ја модерира дебатата; ќе го запази работниот ред; ќе се обиде да гарантира квалитетно учеството; ќе ги сумира главните прашања од дискусијата.
- репортер – ќе зема белешки за тоа што е кажано за време на дебатата.
- критичар - дава критички забелешки, потенцира проблеми или аспекти што не се земени во предвид.

**Сценарио 1:** Ивана сподели слики од нејзиниот одмор на Фејсбук. Туристичката агенција ги презема нејзините фотографии и ги објавува на нивната Фејсбук страница. Ивана не е задоволна од овој потег на агенцијата и поради тоа одлучи да ги контактира. (целата комуникација мора да биде во форма на коментари како на социјалните мрежи).

**Сценарио 2:** Арбен, Игор и Елез споделуваат групен разговор на Вибер. Елез откри дека Игор им ги покажувал своите приватни пораки на другите негови пријатели. Тој одлучува да разговара со него во врска со тоа (целата комуникација мора да биде во форма на коментари како на социјалните мрежи)

**Сценарио 3:** Елена започна да работи во маркетинг компанија. Нејзина задача е да ја промовира на работата на компанијата на социјалните медиуми. Таа често ги користи објавите на нејзините пријатели на социјалните мрежи за да ја промовира, преку коментари, работата на нејзината компанија. Таа е конфронтирана од нејзините пријатели за ваквото однесување (целата комуникација мора да биде во форма на коментари како на социјалните мрежи).

Додека групите ги играат нивните улоги според доделените сценарија, специјалниот тим внимателно ја следи нивната работа и прави белешки. По истекот на времето за оваа вежба, специјалниот тим ги презентира наодите од нивното набљудување. Дискутирајте за овие наоди со групата. Побарајте од учесниците да размислат за различни правила што се применуваат или не се применуваат при виртуелната интеракција, за разлика од интеракцијата лице в лице.

За учесникот:

Оваа вежба вклучува играње улоги во врска со начинот на комуникација преку Интернет. Следете ги упатствата на обучувачот и комплетирајте ја вежбата.

## Сесија 4 – Викивесник

За обучувачот:

Целта на оваа активност е да се промовира соработката помеѓу учесниците за време на употребата на ИКТ и ЦМЦ. Задачата е поврзана со новинарство преку Интернет, каде што различни групи на учесници ќе треба да ги поделат задачите, улогите и правилата и да учествуваат и соработуваат во развивање на заеднички медиумски проект. Од учесниците ќе биде побарано да креираат заеднички весник користејќи Википедија или некој блог или и двете заедно.

### Лекција: Партиципативно новинарство

Партиципативното новинарство, познато и како „отворено новинарство“ и „граѓанско новинарство“ е вид на новинарство што изискува некаков вид на заедничка соработка или вклучување на читателот. Исто така има и случаи кога целосниот развој на новинарската работа е дело на читателот. Појавата на 2.0 технологиите го прават процесот на објавување исклучително лесен и непосреден, со што ги трансформираат читателите од консуматор во креатор на информации. Интеграцијата на обете улоги го создадоа терминот „прозумер“.

Често граѓанското новинарство е насочено кон локалните вести, со цел да се зголеми учеството на граѓаните во граѓанскиот живот на заедницата. Во зависност од вклученоста и улогата на читателот во процесот на создавање на вести, постојат неколку форми на партиципативно новинарство:

1. Едноставен коментар од читателот;
2. Едноставен придонес од читателот (линк, слика) до професионален новинарска статија;
3. Разновидни директен придонес од читателот што вклучува соработка со професионални новинари.
4. Блогер-граѓанин, личност што креира вести (обично во врска со локалните вести) и ги објавува на интернет во форма на весник или блог;
5. Вклученост во пишување на стручна новинарска статија, новинска организација;
6. Вклучување во целосно управување на новинарска веб-страница од граѓански новинари, пишувајќи за локални настани;
7. Вклучени во хибридна форма на новинарство, соработка помеѓу професионални и аматерски новинари;
8. Вики новинарство, форма каде секој може да пишува и објавува вести и стории, а исто така да ги уредува вестите/сториите напишаните од други.

Вежба: Времетраењето на вежбата е најмалку 2 часа. Пред да започнете со вежбата, проверете дали учесниците се добро запознаени со технолошките алатки вклучени во активностите, особено блогот или викивесник

Постојат повеќе популарни алатки кои можат да се користат во развој на викивесник или блог. Поделете ги учесниците во групи од по 4-5 членови.

За оваа вежба потребна е следнава опрема:

Најмалку 1 компјутер по работна група (најмалку 1 компјутер на 4-5 студенти)

Најмалку 2 камери

Студентите треба да имаат основно знаење во обработка на текст и уредување на фотографии / видео.  
1 видео-проектор презентирање на крајните резултати.

Објаснете им ја задачата на секоја од групите и замолете ги членовите да се согласат за различните улоги на сите учесници во тимот (на пример, главен уредник, репортер, лектор, фотограф, снимател, уредник на видео материјали). Проверете дали членовите на групите ги разбираат задачите и одговорностите што ги имаат за креирање на весникот. Објаснете прецизно што се очекува од нив дајте им соодветни насоки за работа. Покажете неколку примери за блог и граѓанско новинарство, со цел поефикасно да ја илустрирате вашата поента.

За студентот:

Ваша задача ќе биде да развиете вики-новинарска вештина. Работите во групи.

Секоја група има задача да креира најмалку 3 кратки вести на теми од сопствен интерес.

Активноста е организирана во неколку чекори:

1. Дефинирање на макета- уредувачкиот тим ги дефинира прашањата што ќе бидат опфатени и делегира задачи и улоги. Во овој чекор ќе се утврди специфичниот вид на покриеност на секоја вест.
2. Истражувачи на вести - тимот може да пребарува вести од интернет, интервјуа со други учесници во училиницата, собирање вести од работната просторија итн.
3. Проверка на изворите - потсетете ги граѓанските новинари дека треба да ги потврдат своите извори на информации.
4. Нацрт-написи на викивесник: насочете ги студентите да работат ефикасно;
5. Преглед на работата.
6. Објавување

Завршете ја вежбата со тоа што секој тим ќе ја претстави својата работа и ќе гласа за најдобар весник.

### **Како да напишете ефективна статија?**

1. Ставете се улога на читател - пишувајте кратки и едноставни реченици.
2. Не заборавајте ја клучната точка и дефокусирајте се од другите точки.
3. При пишување ја својата приказна, држете се до 5W правилото- кој, што, кога, каде и зошто
4. Креирајте привлечен наслов (Раниери, 2011, стр. 39)

## Сесија 5 - Како работат пребарувачите

За обучувачот:

Целта на активноста е да ги запознаете учесниците со начинот на кој работат интернет пребарувачите, како и за постоењето на различни стратегии за пребарување информации на интернет.

Лекција: Пребарувачи

Пребарувачите претставуваат алатки кои им овозможуваат на луѓето да наоѓаат информации преку интернет со пребарување зборови и фрази кои се поврзани со информациите што ги бараат. Како работат пребарувачите?

Кога користите пребарувачи за пристап до информации, корисникот треба да биде свесен дека:

- пребарувачите анализираат околу 30-35% од достапните веб-страници, додека остатокот припаѓа на таканаречената „невидлива мрежа“, која се состои од заштитени страници;
- пребарувачите не ја пребаруваат целата мрежа. Тие само бараат зборови што ги означил корисникот во индексот кој автоматски е ажуриран од софтверот;
- она што може да се најде на интернет со помош на пребарувач не соодветствува точно на она што навистина е достапното, бидејќи процесот на пребарување се базира на сопствената листа на зборови на пребарувачите, наместо на она што е достапно на интернет во дадено време;
- различните пребарувачи не работат исто - работат на различни принципи и секој пребарувач различно ги артикулира овие принципи;
- рекламите имаат големо влијание врз резултатите и нивното рангирање при пребарувањето на интернет;
- изворите на информации / страниците рангирани на прво место не мора да бидат најважните или најточните.

Иако скоро сите имаат тенденција да ги консултираат само првите резултати, ова е важна работа што треба да се потенцира.

**Вежба 1:** Дебата. Вежбата трае 20 минути. Поставете неколку прашања на учесниците, на пример:

Дали знаат што се пребарувачи?

Која е целта на пребарувачите?

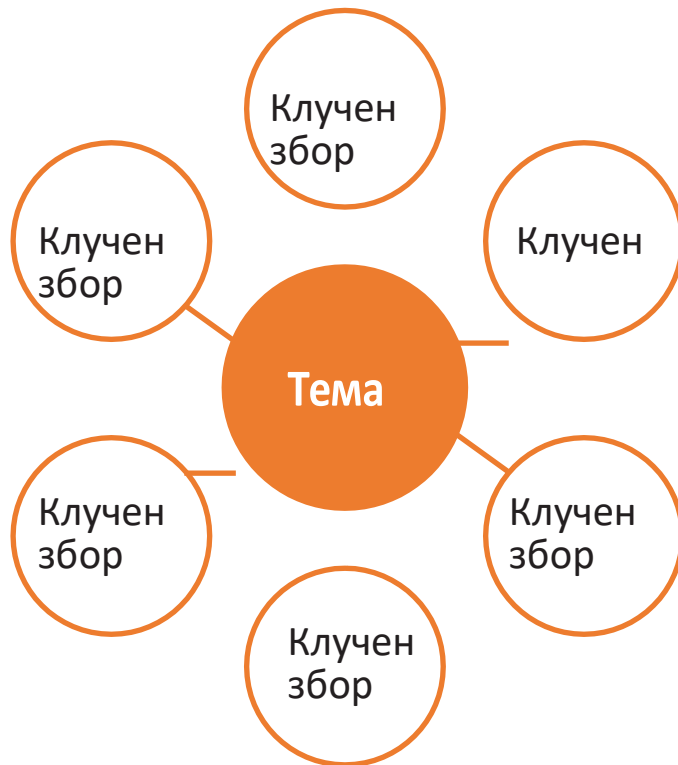
Дали имате претпочитан пребарувач? Ако да, кој е тој? Зошто сакаат да го користат токму него?

Опишете како пребарувачите информации на Интернет.

**Вежба 2:** Пребарување информации

Времетраењето на вежбата е 15 минути. Се претпочита учесниците да работат индивидуално или во парови. Потребната опрема за реализација на оваа вежба е 1 компјутер по ученик или пар и стабилна интернет врска.

Побарајте од студентите да креираат идеи за различни клучни зборови на тема по нивен избор. Откако ќе завршат, замолете ги да ги организираат клучните зборови како што е прикажано на табелата подолу.



Побарајте од нив да ја организираат нивната информација на овој начин. Откако ќе соберат информации, замолете ги да ги реорганизираат резултатите користејќи клучни зборови од секоја област, групирајќи ги заедно и истакнувајќи ги тесно поврзани концепти.



Потоа, студентите пребаруваат на Интернет користејќи го прелистувачот, со внесување на претходно идентификувани клучни зборови. Откако ќе ги прочитаат првите резултати, замовете ги да идентификуваат нови зборови што можат да бидат додадени на претходно креираната листа на клучни зборови. Потоа, прегледајте го списокот на зборови, и доколку користениот клучен збор не даде никакви резултати на таа тема на интернет, тогаш тој клучен збор треба да се избрише.

На крајот од активноста, секоја група треба да ги покаже резултатите од нивната работа, специфицирајќи:

- Колку резултати биле користени;
- Колку резултати биле избрани;
- Колку клучни зборови биле додадени; кои клучни зборови биле најмногу поврзани со темата;
- Колку, и кои клучни зборови биле избришани.

За студентот:

Следете ги упатствата на обучувачот и завршете ја вежбата.



## Сесија 6 - Информации на Интернет

За обучувачот:

Целта на оваа тема е да ги научи учесниците за релевантноста на кредибилитетот и веродостојноста на информациите што се наоѓаат на интернет. Сесијата може да се започне со дискутирање за тоа кои стратегии ги користат студентите за да ја утврдат веродостојноста и веродостојноста на информациите што се наоѓаат на интернет. Доколку е потребно, во зависност од возраста на групата, можеби ќе треба да ги објасните на групата концептите за кредибилитет и сигурност

### Лекција: Пребарувачи

Пребарувачите претставуваат алатки кои им овозможуваат на луѓето да наоѓаат информации преку интернет со пребарување зборови и фрази кои се поврзани со информациите што ги бараат. Како работат пребарувачите?

Кога користите пребарувачи за пристап до информации, корисникот треба да биде свесен дека:

- пребарувачите анализираат околу 30-35% од достапните веб-страници, додека остатокот припаѓа на таканаречената „невидлива мрежа“, која се состои од заштитени страници;
- пребарувачите не ја пребаруваат целата мрежа. Тие само бараат зборови што ги означил корисникот во индексот кој автоматски е ажуриран од софтверот;
- она што може да се најде на интернет со помош на пребарувач не соодветствува точно на она што навистина е достапното, бидејќи процесот на пребарување се базира на сопствената листа на зборови на пребарувачите, наместо на она што е достапно на интернет во дадено време;
- различните пребарувачи не работат исто - работат на различни принципи и секој пребарувач различно ги артикулира овие принципи;
- рекламите имаат големо влијание врз резултатите и нивното рангирање при пребарувањето на интернет;
- изворите на информации / страниците рангирани на прво место не мора да бидат најважните или најточните.

Иако скоро сите имаат тенденција да ги консултираат само првите резултати, ова е важна работа што треба да се потенцира.

**Вежба:** Дебата. Времетраењето на вежбата е приближно 30 минути.

Тема на дебатата се кредибилитетот и веродостојноста на информациите на интернет. Еве неколку примери на прашања за кои можете да разговарате со вашите учесници:

- Според вас, дали се точни информациите на интернет? Дали се веродостојни? Дали е можно да се потпреме на она што е објавено на интернет? Не заборавајте да ги замолите да ги разгледаат своите ставови и можноста да понудат неколку примери.
- Дали некогаш сте се сомневале во вистинитоста на некои информации пронајдени на Интернет? Зошто? Можете ли да опишете некој случај?
- Како ја утврдувате вистинитоста на информациите пронајдени на Интернет? Кои се вашите критериуми?
- Запишете ги (на табла, флип-чарт или на проектор) критериумите разгледани и користени од учесниците и споредете ги со некои критериуми за оценување претставени подолу. Коментирајте за сличностите и различностите на критериумите на двете групи

**Вежба 2:** Времетраењето на вежбата е 40-60 минути. Поделете ги учесниците во парови. Потребна опрема за реализација на оваа вежба е 1 компјутер или паметен уред по учесник или пар и стабилна интернет врска. Побарајте да ги анализираат првите 5-6 резултати од пребарувањето од претходната вежба, користејќи ја табелата за евалуација подолу. Дајте им 30 минути да ја завршат задачата.

По завршувањето на групната работа, замолете го секој пар да ги претстави своите резултати. Откако ќе биде направено тоа, замолете ја групата да спореди сличности и разлики во евалуацијата.

По ова, замолете ги паровите да се вратат на своите листи (од првата вежба) и да ги ревидираат според кредибилитетот на веб-страниците и сугерирајќи одредени клучни зборови (Раниери, 2011, стр. 57).

За студентот:

Следете ги упатствата на обучувачот и завршете ја вежбата.

Критериум 1	Кој е авторот? Дали е тој / таа позната личност? Дали е тоа проверена и позната или непозната организација?
Критериум 2	Која е целната група на изворот? Дали треба да имате претходно знаење за темата за да ја разберете?
Критериум 3	Кој е обемот на веб-страницата?
Критериум 4	Дали информациите се добро напишани? Дали е концизно?
Критериум 5	Дали информациите се стари? Дали информациите се ажурирани?

Табела за евалуација (Раниери, 2011).

Веб-страница	Ниво на сигурност	Сигурност или несигурност (наведете најмалку две причини за секоја)
Веб-страница 1	Високо Среден Ниско	Причина 1: оваа веб-страница е сигурна /несигурен затоа што  Причина 2: оваа веб-страница е сигурна /несигурен затоа што
Веб-страница 2	Високо Среден Ниско	Причина 1: оваа веб-страница е сигурна /несигурен затоа што  Причина 2: оваа веб-страница е сигурна /несигурен затоа што
Веб-страница 3	Високо Среден Ниско	Причина 1: оваа веб-страница е сигурна /несигурен затоа што  Причина 2: оваа веб-страница е сигурна /несигурен затоа што

## Сесија 7 – Интернет ризици

За обучувачот:

Целта на активноста е да се промовира знаењето и вештини меѓу студентите за критичко оценување на информациите. Основата на оваа сесија ќе биде веб-потрага - активност на истражување засновано на извори на интернет - чија цел е да открие кој систем шири малициозен софтвер. На крајот од активноста студентите ќе имаат подобро разбирање за тоа што се компјутерски вируси и како тие работат.

Вежба 1. Бура на идеи и дискусија.

Ова е кратка сесија со идеи за размислување со цел да ги воведете учесниците во темата и, истовремено да ги процените знаењата и вештините на вашите учесници во врска со темата. Пример на прашања за дискусија:

- Дали знаете што е компјутерски вирус?
- Дали знаете што е малициозен софтвер?
- Дали вашиот компјутер некогаш бил заразен со вирус или малициозен софтвер? Ако да, што се случило? Како се случи тоа?
- Дали знаете како да го заштитите вашиот компјутер од вируси? Ако да, објаснете како.

Можете исто така да прикажете неколку видеа, покажувајќи како работат компјутерски вируси и малициозните софтвери.

### Лекција: Компјутерски вируси

Компјутерските вируси претставуваат одреден вид малициозен софтвер што може да го зарази вашиот компјутер и да извршува активности, без ваше знаење, а кои се дефинирани при неговото креирање. Во многу случаи, корисникот не препознава дека неговиот компјутер е заразен. Откако вирусот е инсталиран во вашиот компјутер, тој може да се реплицира и да креира “задна врата,, преку која креаторот на вирусот добива пристап до компјутерот на корисникот и му нанесува штета на компјутерот.

Постојат различни видови на софтвер кои можат да бидат штетни за вашиот компјутер (Раниери, 2011, стр. 61):

- малициозен софтвер: вирус создаден со цел да му наштети на домаќинот компјутер;
- црви: овој тип на вирус може да ги намали перформансите на компјутерот;
- полиморфен вирус: овој тип на вирус може да се менува при секоја инфекција, па затоа е потешко да се открие и отстрани;
- метаморфен вирус: овој тип на вирус може целосно да го смени својот код, што го прави невидлив за антивирусниот програм;

Тројански коњ: веројатно еден од најпознатите видови вируси. Технички, некои не ги сметаат за вируси затоа што не се реплицираат; тие се датотеки кои што еднаш ги ќе ги отвори корисникот, веднаш го инфицираат компјутерот. За да го збунат корисникот, тие често имаат имиња и икони кои се слични на другите компјутерски програми

**Вежба:** Поделете ја групата во помали групи од по 3-4 учесници. Презентирајте три различни сценарија. Побарајте од нив да за секое сценарио да сумираат кога и каде постојат опасности од компјутерска инфекција.

Сценарио 1: Преземате филм од нелегална веб-страница преку torrent. Дали постои опасности по безбедноста на вашиот компјутер?

Сценарио 2: сте добиле е-пошта од непознат испраќач во кој се тврди дека сте освоиле 100.000 евра. Треба да кликнете на линкот за да ги оставите вашите податоци да ја потврдите победа. Што ќе направите?

Сценарио 3: Сакате да купите џемпер преку Интернет. Образецот бара информации за вашата кредитна картичка? Што треба да земете предвид пред да направите уплата?

За студентот:

Следете ги упатствата на обучувачот и завршете ја вежбата.

## Сесија 8 - Нашите онлајн идентитети

За обучувачот:

Целта на оваа сесија е да се промовира разбирање меѓу групата во врска со концептот на идентитет, како во онлајн, така и во офлајн контекст. На почетокот на ова поглавје, како вежба за загревање, замолете ги учениците да направат мала самостојна презентација, со креирање лична карта, а потоа да учествуваат во друга вежба на играње улоги, соочувајќи се со различни ситуации. Целта на вежбата е да им покаже на студентите како едно лице може да се промени во зависност од контекстот.

### Лекција: Идентитет (онлајн / офлајн)

Со тек на времето и во различни контексти на живот и нашите односи и улоги во заедницата се создаваат ситуации што можат да го променат нашиот идентитет. Изградбата на идентитетот е процес што се развива во текот на целиот наш живот. Во текот на животот, ние преземаме нови улоги и создаваме нови врски, ги раскинуваме старите односи: ситуации кои бараат прилагодување. Секоја од овие прилагодувања влијае врз нашиот идентитет, нашето чувство и перцепција за себе. Понекогаш овие промени се прават свесно и доброволно (на пример, кога сакаме да станеме поорганизирани или да живееме поздрав начин на живот), но често тие одат во втор план, а ние остануваме во голема мера несвесни за нив.

Но, какво влијание имаат медиумите врз овој процес, и поконкретно, каква улога играат социјалните мрежи?

Социјалните мрежи припаѓаат на еден вид веб-страници чија главна карактеристика е да се промовира интеракција помеѓу корисниците. Тие се засноваат на профили на корисници и каде што луѓето можат да презентираат информации за себе, нивните преференции и хоби и други информации што сакаат да ја споделат со други луѓе. Тоа се виртуелни мрежи, од кои најпознати се Фејсбук, Твитер, Инстаграм, Јутјуб и ТикТок. Секој од нив е специјализиран за некаква форма на интеракција и презентација на корисниците. „Битисувањето“ на социјалните мрежи дава можност за само претставување на корисникот како и секоја негова/нејзина активност која може да биде јавна или полу-јавна. Ова може да доведе до низа проблеми поврзани со создавањето на сопствен идентитет.

**Вежба:** Времетраењето на оваа вежба е приближно 20 минути. Вежбата вклучува дискусија на тема - идентитет. Поставете ги следните прашања на вашата група учесници (можете да додадете други прашања или да ги смените прашањата доколку сметате дека е потребно):

- Што значи идентитет?
- Од што е составен нашиот идентитет?
- Што влијае на нашиот идентитет?
- Дали е можно да имате повеќе од еден идентитет во реалниот живот?
- Дали се менува нашиот идентитет? Што влијае на оваа промена?
- Дали постојат разлики помеѓу интернет и нашиот офлајн идентитет?

Забележете ги на табла најважните идеи презентирани за време на дискусијата. Означете некои клучни концепти, како што се: идентитетот зависи од контекстот; идентитетот постојано се менува; конструкцијата на идентитетот е селективен процес во кој одлучуваме кои информации за нас сакаме да ги споделиме со другите.

Откако ќе ги разјасните концептите, замолете ги учениците креираат сопствена презентација во форма на лична карта. Она што ќе ви треба е голем лист хартија за секој студент, разнобојни фломастери, ножици, лепак, хартија во боја итн. Побарајте од нив да бидат креативни и да се престават себе си на листот хартија. Дајте им 20 минути да ја завршат вежбата.

**Вежба 2:** Играње на улога. Поделете ги учениците во групи од 5-6 лица. Секоја група треба претходно да ја анализираат предвидената приказна (ситуација) ја преку пантомима да ја престават пред другите групата. Учесниците треба да ја погодат ситуацијата. Подолу е список на можни сценарија (можете да додадете дополнителни сценарија).

Улога	Ситуација
Лице 1, суетната. Станува суетна пред другите луѓе	Одење на шопинг во трговскиот центар
Лице 2, Жилаво момче. Станува арогантен кон другите	Во паркот со пријателите
Лице 2, одличен студент. Тој / таа секогаш ја крева раката да постави прашања	На училиште, за време на час
Лице 1, постарата сестра. Таа многу се грижи за своите браќа и сестри	Во семеен контекст
Лице 1, непослушен студент. Таа зборува постојано и пречи за време на предавањата	На училиште, за време на час

Групата која ќе погоди најмногу ситуации е победник. За време на играта, треба да ги впишете сите одлики на лицата за секое сценарио посебно на табли или на флипчарт.



Произлегува дека Личноста 2 има различни, а понекогаш и контрадикторни идентитети. Побарајте од групата да размисли за ова прашање и на крајот да развие приказна во која различните улоги што ги игра Лицето 2 имаат смисла. Мотивирајте ги учениците да размислуваат за тоа како може да се случи ова, за да можат да ја разберат комплексната динамика за себе и различните идентитети преку изработка на приказни и фантазирање. Потенцирајте ја важноста за подобро самоспознавање и влијанието на дадената ситуацијата врз начинот на кој постапуваме и живееме.

За студентот:

Следете ги упатствата на обучувачот и завршете ја вежбата.

## Сесија 9 - Само-презентација во светот на Интернет

За обучувачот:

Целта на оваа сесија е да се зајакне свеста на учениците за поимот Интернет идентитет и, следствено, измама со идентитет. За време на оваа сесија, од студентите ќе биде побарано да ја земат во предвид реалноста помеѓу офлајн и идентитетите на Интернет и нивната сопствена презентација во онлајн светот.

**Вежба:** Времетраењето на вежбата е 30-40 минути. За да ја реализирате оваа вежба ќе ви треба проектор и копија од филмот Аватар на Џејмс Камерон. Прикажете одредени сцени кои ја демонстрираат динамиката помеѓу аватарот и карактерот што стои зад него, што ќе помогне да се прикаже концептот и да се запознаат со основните проблеми поврзани со виртуелните идентитети.

На крајот од проекцијата, дебатирајте со учесниците на следниве прашања:

- Дали знаете што значи аватар?
- Дали некогаш сте користеле аватар во интернет комуникација?
- Дали сте сигурни дека зад аватарот стојат луѓето за кои тврдат дека се?

Напишете ги на табла или флипчарт клучните точки што ги покренале студентите за време на дискусијата.

**Вежба 2:** Целта на активноста е да се зајакне капацитетите за онлајн само-претставување. На почетокот замолете ги учесниците да подготват кратка презентација за себе, користејќи пет клучни точки - тие можат да користат слики, текст, кратки видеа и музика. Презентацијата треба да ги одрази нивните интереси, страсти и животни искуства. Побарајте од учесниците да работат индивидуално. На крајот од нивната работа на индивидуалните презентации, замолете секој од нив да ја сподели својата презентација со врсник од групата, а потоа меѓусебно да ја оцени ефективностa на нивните презентации.

### Лекција: Дигитално раскажување приказни

Денес, дигиталното раскажување се користи повеќе од кога било, претставувајќи важна алатка за откривање, истражување на самиот себе, како и алатка за интеракција со други луѓе и споделување на сопствените интереси, преференции и искуства. Изразот дигитално раскажување датира уште од Џое Ламберт и Дана Ачли, кои уште во 90-тите години на минатиот век создадоа мултимедијален интерактивен систем, каде што луѓето можат да се презентираат со употреба на текст, звук, слика итн. Ова може да се дефинира како процес преку кој луѓето ги споделуваат своите животни приказни и креативни имагинации со другите. Оваа понова форма на раскажување се појави со достапноста на различни техники за креирање на медиуми содржини, хардвер и софтвер, вклучувајќи, но не ограничувајќи се на дигитални фотоапарати, дигитални диктафони, iMovie, Microsoft Photos, Final Cut Express и WeVideo (Рениер, 2011).

**Вежба 3:** Кратка дискусија. Времетраењето на вежбата е 20 минути.

Побарајте од учесниците да објаснат што е автобиографија. Побарајте од нив да наведат неколку примери на автобиографии. Побарајте од нив да наведат неколку формати на презентирање на нечија автобиографија. Прашајте ги дали некогаш имаат напишано Curriculum Vitae (CV) . Побарајте од нив да ја опишат разликата помеѓу CV и автобиографија.

Сумирајте ги одговорите дадени од студентите на табла или флипчарт.

Вежба 2: Вежба за само-презентација. Времетраењето на вежбата е приближно 30-40 минути. Побарајте од нив да подготват презентација за нив, преку одговарање на следниве прашања:

- 1) Јас сум...
- 2) што можам да направам...
- 3) што сакам да правам
- 4) што би сакал да научам да правам
- 5) што не ми се допаѓа да го правам

Откако ќе одговорот на овие прашањата, замолете ги да ги трансформираат истите во проект за раскажување приказни.

**Вежба 3:** Создавање дигитална приказна / само презентација.

Времетраењето на вежбата е приближно 1 час. За реализација на оваа вежба, ќе ви требаат најмалку еден компјутер / паметен уред по учесник со интернет конекција, микрофон и слушалки. Можете да користите различни алатки за дигитално раскажување приказни, како што се... во зависност од вашите желби, и познавањето на компјутерот и преференциите на групата (ова ќе треба да го процените во фазата на подготовка на ова поглавје). Побарајте од студентите да развијат само-презентација користејќи текст, слики, музика и избор на аватар. Побарајте од нив да ги споделат своите резултати (нивната презентација) со остатокот од групата откако ќе завршат.

За студентот:

Следете ги упатствата на обучувачот и креирајте ја вашата дигитална приказна.

Моја слика / Аватар	Сопствен опис:	Уметничко дело (музика, филм, книга, сликарско дело и сл.) Што ме опишува:
---------------------	----------------	--



## Сесија 10 - Приватност на интернет: прв дел

За обучувачот:

### Вежба 1: Дискусија.

Времетраењето на вежбата е 15-20 минути. Иницирајте дискусија во врска со концептот на приватност меѓу учесниците. Еве неколку прашања што можат да помогнат во иницирање на дебата (ова е отворена листа и може да користите други прашања доколку сметате дека тие се посоодветни за учесниците со кои работите):

- Дали знаете што е приватност?
- Ако да, во кој контекст / повод сте слушнале за поимот?
- Дали имате лични информации за кои мислите дека другите луѓе не треба да знаат?
- Каков вид лични информации обично споделувате на Интернет?

За време на дискусијата, запишете ги клучните точки на табла / флипчарт, за подоцна да ги користите како потсетник за другите вежби. Обрнете особено внимание какви податоци учесниците сакаат а какви не сакаат да споделат на интернет.

### Вежба 2: Дефиниции.

Времетраењето на оваа вежба е 40 минути. Изберете клучни зборови поврзани со концептот на приватност и замолете ги учесниците да ги дефинираат. Поделете ја групата учесници во помали групи од по 3-4 луѓе. За реализација на оваа вежба, секоја група треба да имаат барем еден паметен уред, пристап до интернет, лист хартија и моливи / маркери. Објаснете дека иако тие треба да бараат информации преку интернет, дефинициите што тие ги дадат треба да бидат формулирани со свои зборови, базирано на сопствено разбирање од прочитаното. Откако учениците ќе ги завршат дефинициите, замолете ги да ги презентираат своите резултати пред другите групи.

По презентациите, поделете им на секоја група список со дефиниции за концептите што беа вклучени во вежбата и замолете ги да споредат со сопствените дефиниции. Дискутирајте за разликите помеѓу дефиницијата на учесниците и дефинициите споделени од ваша страна.

Дефиниции: Кога зборуваме за приватност, треба да разјасниме одредени сродни концепти.

Информирана согласност - зборуваме за информирана согласност кога некое лице јасно ја изразува својата волја да прифати одреден третман или да учествува во некакво дејствие што вклучува користење на нејзини/негови лични информации.

Лични податоци - лични податоци се информации што идентификуваат лице на директен начин. Личните податоци можат да вклучуваат: име и презиме, адреса, матичен број, датум на раѓање. Личните податоци исто така може да вклучуваат информации што можат директно да ве идентификуваат, како што се слики, гласовни записи, итн.

Чувствителни податоци - тоа се податоци што бараат особено внимание при презентирање на Интернет, поради фактот што тие се однесуваат на лични информации како што се - религиозно убедување, политички мислења, здравствени состојби итн.

Приватност - поимот приватност го означува правото да ја заштитите вашата приватна сфера и начинот на кој ги користите личните податоци во онлајн светот.

За студентот:

Следете ги упатствата на обучувачот и завршете ги вежбите.

## Сесија 11 - Интернет приватност 2

Целта на активноста е да се зголеми свеста кај учесниците во врска со различните ризици поврзани со споделување на нивните лични информации преку Интернет, но исто така и да се зајакне свеста за потребата од ефикасно управување со одреден аспектите од нивната онлајн презентацијата. Започнете ја сесијата со дискусија во врска со настани / случаи поврзани со (погрешно) користење на нивните лични податоци на интернет. Потоа, покажете им два различни онлајн профила на луѓе кои содржат некои нивни лични податоци и замолете ги да идентификуваат податоците што можат да бидат чувствителни и ризични за објавување на интернет.

Лекција: Приватност во ерата на интернет и социјалните мрежи

Мрежите за социјални услуги (СН) или скратено социјалните мрежи, како што се нарекуваат, претставуваат нови предизвици за зачувување на приватноста и зачувување на личните податоци во ова време. Социјалните мрежи, како што се Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn имаат илјадници корисници. Една од дефинирачките карактеристики на СН е дека ако сакате да бидете дел од нив, треба да овозможите одредени лични податоци, повеќе или помалку, да бидат достапни за јавноста. Според Бојд (Раниери, 2011), постојат неколку дефинирачки карактеристики за приватност во сферата на интернет:

- 1) сè што е објавено на интернет, се запишува за секогаш во временската рамка;
- 2) можно е при пребарување на интернет и да пронајдете нечии лични информации;
- 3) никогаш не може да се биде сигурни која е интернет публиката.

Ова значи дека секогаш кога објавуваме информации, особено лични информации на интернет, мора да бидеме свесни дека овие информации ќе останат за пребарување подолг временски период, што значи дека луѓето веројатно ќе имаат пристап до нив, ќе ги преземаат и ќе ги споделуваат со други луѓе. Оттука, секогаш имајте на ум дали информациите што ги објавувате не се компромитирачки после 10-20 години.

**Вежба 1:** Наоѓање лични информации на интернет.

Времетраењето на оваа вежба е приближно 30 минути. Предавачот / наставникот ќе ја предводи оваа вежба. Потребен е барем еден компјутер (за предавачот), проектор и / или паметна табла на која ќе ги проектирате пронајдените резултатите. Отворете некоја страница на социјалната мрежа и побарајте слика на корисник. Преземете ја сликата и отворете друга програма (можете да ја изведете во MS Word) и започнете да креирате туѓ профил. Целта на оваа демонстрација е да им покаже на студентите колку е лесно да се поседуваат туѓи лични податоци и да се користат за цели за кои вистинскиот корисник не е информиран или не ја одобрил нивната употреба.

Завршете ја вежбата со дебата. Поделете ги учесниците во две групи. Изберете еден учесник да биде модератор, а други тројца да бидат судии. Побарајте од двете групи да подготват презентации на оваа тема: користењето социјални мрежи е (не) безбедно затоа што... едната група е ЗА, а другата е ПРОТИВ. Дајте им 15 минути на двете групи да се подготват. После тоа, модераторот поставува прашања и ја води дебатата. Судиите избираат која група „победила“ во дебатата - нема вистински победници, поентата на вежбата е да се натераат учесниците да идентификуваат повеќе причини зошто социјалните мрежи се корисни, но и како истите претставуваат закана за личните податоци на корисниците. Побарајте од судиите да ја образложат нивната одлука.

За студентот:

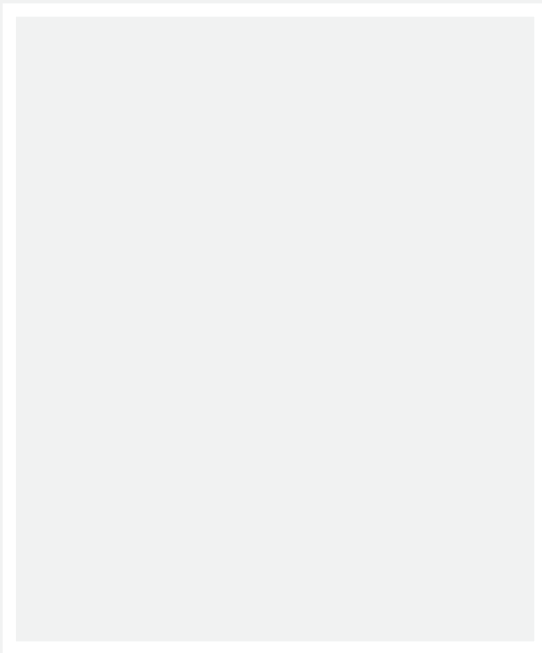
Следете ги упатствата на обучувачот и учествувајте во дебатата.

## Сесија 12: Интернет приватност: Идентификување на ризични информации

За обучувачот:

Времетраењето на вежбата е 40-50 минути. Поделете ги учесниците во групи од по 4-5. Поделете го подготвителниот материјали (дадени подолу) и замолете ги да ги пополнат бараните информации, врз основа на досега наученото за личните податоци.

### Профил број 1

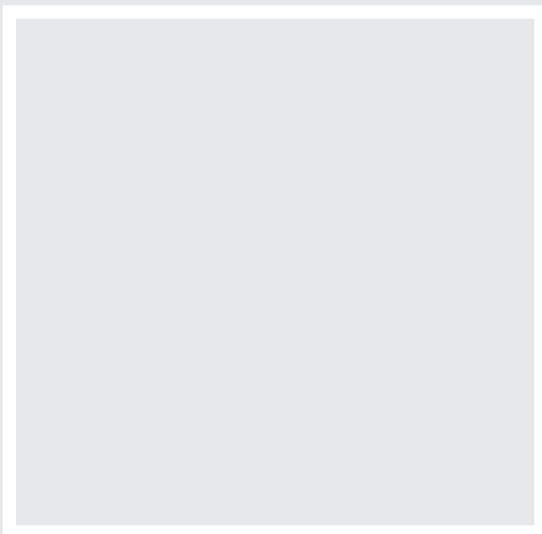


Јас се викам Ирена Скендери. Имам 17 години и живеам во Тирана со моите родители и брат ми во куќа во близина на центарот на градот.

Јас сум средношколка и сакам да станам актерка. Сакам да го поминувам време со моите најдобри пријатели Клаудија и Арбен. Во лето честопати одиме на плажа заедно.

Ако сакате да ме контактирате, можете да ми пишете на мојата емајл адреса [irenaskenderi@mailmailmail.com](mailto:irenaskenderi@mailmailmail.com) или да ме побарате на мојот мобилен телефон: 123456789.

### Профил број 2



Јас се викам Ален. Студирам информатика во Скопје. Преку програмата за размена на студенти, имав можност да студирам во Барселона.

Планирам да го продолжам своето образование во Германја. Ме интересира се што е поврзано со компјутерите. Контактирајте ме за какви било интересни теми или прашања.

2 Source of image: [https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.pngegg.com%2Ffen%2Fpng-xxgrq&psig=AOvVaw0MhH5a7A-ZULqOs5Ucecnp&ust=1596456820651000&source=images&cd=vfe&ved=0CAIQjRxqFwoTCMiVhqe\\_OoCFQAAAAAdAAAAABAJ](https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.pngegg.com%2Ffen%2Fpng-xxgrq&psig=AOvVaw0MhH5a7A-ZULqOs5Ucecnp&ust=1596456820651000&source=images&cd=vfe&ved=0CAIQjRxqFwoTCMiVhqe_OoCFQAAAAAdAAAAABAJ)

3 Source of image: [https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.cleanpng.com%2Fpng-creative-commons-license-robe-edward-kenway-costum-2440612%2F&psig=AOvVaw0MhH5a7A-ZULqOs5Ucecnp&ust=1596456820651000&source=images&cd=vfe&ved=0CAIQjRxqFwoTCMiVhqe\\_OoCFQAAAAAdAAAAABAP](https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.cleanpng.com%2Fpng-creative-commons-license-robe-edward-kenway-costum-2440612%2F&psig=AOvVaw0MhH5a7A-ZULqOs5Ucecnp&ust=1596456820651000&source=images&cd=vfe&ved=0CAIQjRxqFwoTCMiVhqe_OoCFQAAAAAdAAAAABAP)

Објавени информации	Анализа на ризик
Дали е откриено името? Да Не	Може ли ова да биде опасно? Ве молиме наведете пример
Дали е откриена возраста? Да Не	Може ли ова да биде опасно? Ве молиме наведете пример... Кога е во ред да дадете информации за вашата возраст?
Дали се прикажани информациите за контакт? Да Не	Може ли ова да биде опасно? Ве молиме наведете пример  Кога е во ред да ги дадете вашите контакт информации? Кои информации?

За студентот:

Следете ги упатствата на обучувачот и завршете ја вежбата.

## Сесија 13: Безбедност на интернет

За обучувачот:

Целта на оваа сесија е да се подобри знаењето на учесниците во врска со стратегиите за безбедност на интернет. Започнете ја сесијата со краток вовед во концептот за безбедност на интернет, пред да преминете на практични вежби што ќе овозможат развој на практични вештини кај учесниците во врска со стратегиите и алатките за онлајн сигурност.

### Лекција: Приватност и безбедност на интернет

Прашањето на приватноста и безбедноста на интернет не вклучува само лични податоци што намерно сме ги објавиле, туку и информации добиени од други страни. Многу од активностите што ги извршуваме на интернет, без разлика дали тоа е купување преку интернет, плаќање сметки или едноставно најавување на веб-страница, лајк-ување страници на социјалните медиуми, учество во онлајн анкети, квизови и игри, се поврзани со употребата на лични информации за корисниците. Понекогаш, за одредени веб-страници може да бидат потребни вашите лични податоци (за одредени веб-страници може да биде потребен вашиот датум на раѓање за да потврдите дека не сте малолетни) со пополнување електронски формулари; оваа информација може да се користи за комерцијални цели. Понекогаш, личните податоци се сочувани без знаење на корисникот и најчесто без одобрување преку евидентирање на податоците и колачињата.

Што е евидентирање на податоци? Кога сте поврзани на интернет, серверите автоматски ја регистрираат врската. Целта на овие евидентирања на податоци е да се добие увид во историјата на прелистување; ова може да се искористи за да се создаде профил на корисник кој подоцна може да се користи за комерцијални цели.

Што се колачиња? Колачињата се мали програми кои регистрираат информации за вашите преференции при сурфањето на одредени веб страници. На пример, веб-мастерот на ордедена веб-страница може да го препознае корисникот кој ја посетува страницата, да ја анализира фреквенцијата на посетите и да добие увид во преференциите на посетителот. Најновата директива на Европската унија бара веб-страниците да бараат експлицитна согласност од посетителот за употреба на колачиња и видот на колачињата што се користат.

Што е фишинг? Фишингот се однесува на практиката на собирање информации. Фишингот може да биде, на пример, испраќање е-пошта до корисници на Интернет, во кое испраќачот, преправајќи се дека е банка или друга официјална институција, бара од корисникот лични информации.

**Вежба:** Креирање на водич за приватност на интернет.

Времетраењето на вежбата е 60-90 минути. Поделете ја групата во помали групи од по 4-5 учесници. За да се заврши вежбата, на секоја група ќе и треба компјутер, или повеќе листови хартија, пенкала / моливи, маркери. Побарајте од учениците да соработуваат при креирањето на водич за приватност на Интернет. Водичот треба да се состои од дефинирана листа на практични совети што студентите би им ги дале на своите врсници и најблиски, со цел да се заштитат себе си и своите лични податоци на Интернет. Објаснете дека за секој совет даден во водичот треба исто така да дадат соодветно објаснување. Дозволете им да направат мало истражување и да изнајдат различни решенија за приватност на Интернет.

По завршувањето на групната работа (45-60 минути), замолете секоја група да го претстави резултатите од својата работа. Побарајте од групата да избере најкорисен совет и да ги запише на табла или на флипчарт.

За студентот:

Следете ги упатствата на обучувачот и завршете ја вежбата.

## Сесија 14: Користење содржина од Интернет

Целта на оваа сесија е да се подигне свеста кај учесници за проблемот со електронскиот плагијат и да се насочат за правилно користење на електронските ресурси. Започнете ја сесијата со тоа што ќе ги прашате студентите каква е нивната вообичаена практика за користење на други извори при пишување на трудови. Запишете ги овие практики на табла или флипчарт.

### Лекција: Електронски плагијат

Електронскиот плагијат, во едноставни термини, се однесува на вообичаената практика „копирај и залепи“, предизвикувајќи голема загриженост за авторството и оригиналноста во ерата на Интернет. За да се спречи овој проблем, развиени се различни софтверски решенија против плагијат, но со лимитиран успех. Сепак, некои експерти предлагаат различни стратегии за справување со ова прашање, фокусирајќи се повеќе на превенцијата, т.е. разбирање што е користа од други извори и како истите може ефективно и правилно да се користи во креирање на содржина. Плагијат може да се случи поради различни причини - од намера за извршување измама, до недостаток на разбирање за тоа како работи референцата, до неспособност да се изразат оригинални идеи.

Плагијат не е проблем што не само што претставува опасност за оригиналноста на мислата и иновативноста, туку е и исто така многу штетно за интелектуалните права.

### Вежба 1: Дискусија.

Приближното времетраење на оваа вежба е 20-30 минути. Темата на дискусијата е користење (цитирање) други електронски извори при пишување и концептот. Подолу се дадени неколку примери на прашања што можат да помогнат во дискусијата:

- Дали знаете што значи цитирање?
- Дали некогаш сте користеле некои електронски ресурси кога сте работеле домашна работа / или при пишување на труд?
- Кога користите електронски ресурси, дали цитирате од нив?
- Ако цитирате, дали го наведувате авторот на понудата? Ако да, како?
- Дали е можно освен текст, да се цитираат и други медиуми, како што се филмови, песни?

Запишете ги најважните точки на табла или на флипчарт.

### Вежба 2: Пребарување цитати.

Приближното времетраење на вежбата е 30-45 минути. Поделете ја групата во парови. Студентите можат да користат хартија за да ја завршат вежбата, но достапноста на паметен уред (компјутер / паметен телефон / таблет) и интернет-врска ќе го олеснат завршувањето на вежбата и ефикасно спроведување на истражувањето.

Поделете им на студентите материјали за оваа вежба (презентирани подолу). Овие материјали се состојат од цитати од познати автори. Задачата на учениците е да го пронајдат изворот на цитатот и датумот на текстот. Откако учениците ќе ги идентификуваат авторите, замовете ги да ги искористат дадените цитати за да напишат краток текст. По завршувањето на работата во парови, замовете ги учениците да ги презентираат своите резултати од истражувањето и да ги прочитаат кратките текстови користејќи ги цитатите.

После вежбата, објасни како правилно се цитира изворот на информации и презентирајте те други претходно подготвени примери за цитирање.

За студентот:

Следете ги упатствата на обучувачот и завршете ја вежбата.

Цитат	Кој?	Кога?	Извор?
Најголемата слава во животот не лежи во падот, туку во опоравувањето од секој пад			
Најдобар начин да се започне нешто е да престанете да зборувате и да започнете да правите.			
Дваесет години од сега ќе бидете повеќе разочарани од работите што не сте ги направиле отколку од оние што сте ги направиле.			
Оние кои се осмелуваат да пропаднат мизерно, можат многу да постигнат.			
Пријател е оној кој ти дава целосна слобода да бидеш тоа што си.			

## Сесија 15: Вовед во авторски права

За обучувачот:

Целта на оваа сесија е да се подигне свеста и знаењето на студентите за концептот на авторското право и другите концепти поврзани со него. Пред да започнете со лекцијата, прашајте ги студентите дали се запознаени со поимот Криејтив комонс. Прашајте ги студентите дали некогаш преземале или користеле содржина преку торенти / нелегално. Објаснете ги импликациите од таквото кршење на авторските права.

### Лекција: Авторски права

Креативните дела (книги, филмови, музика) се заштитени со Авторски права. Авторското право се однесува на збир на ексклузивни права за економска употреба на делото, како и морални права што ја штитат личноста на авторот. Концепт поврзан со авторските права е копилефт. Копилефт обезбедува различно толкување на авторските права, им доделува права на луѓето на најразлични начини. На пример, во Авторските права, повеќето права, вклучувајќи го и правото на репродукција и модификација, му припаѓаат на авторот на делото, додека во Копилефт, овие се пренесуваат на корисникот. Врз темелите на копилефт, е основата Криејтив комонс во 2001. Криејтив комонс е непрофитна организација, која се занимава со лиценци за отворена содржина.

### Вежба 1: Дебата.

Приближното времетраење на оваа вежба е 15-20 минути. Темата на дискусијата е авторско право. Прашајте ги учесниците какво е нивното сегашно знаење за авторските права. Дали знаат како авторските права влијаат на употребата на содржини од интернет?

Еве неколку примери на прашања што може да се искористат за да се започне дебатата. Можете да поставите други прашања или да додадете прашања во оваа група:

- **Дали некогаш сте чуле за поимот авторско право? Ако да, дали знаете што значи тоа?**
- **Дали знаете што претставува кршење на авторските права?**
- **Дали сте слушнале за потенцијалните последици од кршење на авторските права?**

Можно е учесниците да немаат претходно познавање на концептот и поради тоа ќе треба истиот да го објасните. Обидете се да употребите што повеќе примери и практични, реални ситуации, за да го направите овој апстрактен концепт, подобар и разбирлив. Забележете ги клучни зборови на табла или на флипчарт.

### Вежба 2: Криејтив комонс

Времетраењето на вежбата е 45-60 минути. Поделете ги учесниците во групи од по 3-4. Задачата е да проценат три случаи и да утврдат кои ситуации кога може да се користат кога не содржината на авторот.

Дајте им на учесниците 30-40 минути за групна работа. Потоа замолете ги групите да ги презентираат своите наоди и да ги објаснат своите одлуки. Едниот материјал се состои од објаснување за лиценците на Криејтив комонс, а другиот ги претставува трите случаи кои треба да се проценат.

За студентот:

Следете ги упатствата на обучувачот и завршете ја вежбата:



### Сценарио број 1

Сами сака да направи PowerPoint презентација за туристичките атракции на неговиот роден град. Тој сака да вклучи фотографии што ги најде на „Гугл слики“.

Прашања:

Може ли Сами да користи слика без да го наведе изворот? Зошто?

Може ли да ја искористи сликата во неговата реклама за локалниот хотел?

Дали може да ја модификува сликата?

### Сценарио број 2

Лилијана пишува есеј за климатските промени. Таа одлучи да направи мало истражување на интернет за да добие релевантни информации. По пребарувањето, таа наоѓа мноштво извори, меѓу кои и истражување кое ги опфаќа истите прашања за кои и таа има интерес. Таа одлучува да го користи тој материјалот.

Прашања:

Може ли Лилијана да ја копира содржината во нејзиниот есеј? Зошто?

Може ли таа да ја користи содржината без да го наведе извор?

Како да се наведе изворот?

### Сценарио број 3

Омер ја извршува својата домашна задача за Првата светска војна. Тој одлучи да користи материјал од Википедија.

Прашања:

Дали Омер треба да ја користи содржината од Википедија? Зошто?

Дали тој може да ја користи содржината без да го наведе извор?

Како да се наведе изворот?

## Сесија 16: Креирање на содржина

За обучувачот:

Целта на оваа активност е да ги стимулира учениците правилно да ги користат онлајн содржините, при креирање на свои, сопствени содржини.

Лекција: Користење на онлајн содржина

Денес има многу веб-страници и бази на податоци кои содржат содржини објавени под лиценцата на Криејтив комонс. Важно е да ги знаете овие извори, како и начинот на кој можете да ја користите оваа содржина а притоа да не ги прекршите авторските права. На списокот подолу се наведени неколку веб-страници чија содржина што може да се користи бесплатно, под лиценцата на Криејтив комонс:

- Музика: ccMixter.org, MusOpen, FMA - Бесплатна архива на музика, TeknoAXE
- Wikimedia Commons
- Flickr Creative Commons
- Unsplash
- Libreshot

**Вежба 1:** Креирање на мото.

Времетраењето на вежбата е приближно 120-180 минути. За да се заврши вежбата, на секој учесник му треба пристап до компјутер со интернет-врска. Исто така е потребно и основно знаење во обработка на текст и слики, а обучувачот треба да помогне на учесниците кое го немаат ваквото познавање. Од учесниците се бара да креираат и промовираат мото или слоган по нивен избор (не мора да го измислуваат слоганот, можат да ги користат нивните омилени цитати, мото и слогани) и да создадат кратка реклама користејќи мултимедијални материјали кој се наоѓаат на Интернет.

За студентот:

За да работите на промовирање на вашето мото потребно е да размислите за вашето животно мото. Како би им го соопштиле тоа на другите? Не е потребно мотото да само да вклучува текст - можете да додадете слики, звуци и анимации.

## Библиографија

Bulger, M., & Davison, P. (2018). Ветувањата, предизвиците и иднината на медиумската писменост. Весник за медиумска писменост, 10 (1).

---

Фризем, Е. (2014). Приказна за конфликт и соработка: Медиумска писменост, видео продукција и маргинализирана младина. Весник за медиумска писменост, 6(1).  
[www.jmle.org](http://www.jmle.org)

---

Михаилидис, П. (2009). Извештај за истражувањето на ЦИМА: Медиумска писменост: зајакнување на младите широм светот. Центар за меѓународна медиумска помош (ЦИМА).

---

Раниери, М. (2011). Образование за дигитална и медиумска писменост. Виртуелни фази на насилството

---

MScheibe, C., & Rogow, F. (2012). Водич за наставници за медиумска писменост: Критичко размислување во мултимедијален свет. Корвин.

---

Смилер, А. (2014). Практиката е важна.

---

Thoman, E., & Jolls, T. (2008). Образование за медиумска писменост Дел I: Теорија CML MediaLit Kit М Рамка за учење и настава во медиумска ера 2-ро издание  
1.[http://medialit.org/pdf/mlk/ola\\_mlkorientation\\_](http://medialit.org/pdf/mlk/ola_mlkorientation_)

---

Tuominen, S., & Kotilainen, S. (2012). Педагогија на медиумски и информативни писменост. УНЕСКО.[www.iite.unesco.org](http://www.iite.unesco.org)



Кoфинансиран од  
Еразмус+ програмата  
на Европската унија

Поддршката на Европската комисија за производство на оваа публикација не претставува одобрување на нејзината содржина. Содржината на оваа публикација ги рефлектира ставовите на авторите, а Комисијата не може да биде одговорна за било каква употреба на информациите кои произлегуваат од неа.