






























ЗАД „ЛАЖНИТЕ ВЕСТИ“

10 ВИДОВИ ЗАВЕДУВАЧКИ ВЕСТИ

<p>пропаганда</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ја користат влади, корпорации и непрофитни организации со цел да управуваат со ставови, вредности и знаење ■ 'Удират' на емоциите ■ Може да е корисна или штетна 	<p>партиски</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Идеолошки се и вклучуваат толкување на фактите, но може да тврдат дека се непристрасни ■ Ги потенцираат фактите кои се во склад со наративот, истовремено отфрлајќи ги другите ■ Емотивен и страсен говор 	<p>ВЛИЈАНИЕ</p> <ul style="list-style-type: none">  неутрално  слабо  средно  силно <p>МОТИВАЦИЈА</p> <ul style="list-style-type: none">  пари  политика/моќ  хумор/забава  страст  (дез)информирање
<p>вести – мамки за кликување</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Сензационални наслови, привлечни за око, за да го привлечат вниманието ■ Честопати заведувачки, а содржината може да не го отсликува насловот ■ Носат приход од реклами 	<p>теорија на заговор</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Се обидува да ги поедностави комплексните стварности, како одговор на страв или несигурност ■ Не може да се фалсификува и доказите против заговорот се сметаат за дополнителна потврда ■ Ги отфрла експертите и авторитетите 	
<p>спонзирана содржина</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Реклама која изгледа како новинарски текст ■ Потенцијален конфликт на интереси за вистинските новински организации ■ Корисниците може да не ја препознаат содржината како реклама ако истата не е јасно означена како таква 	<p>псевдонаука</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Пропагира „зелена камуфлажа“ (лажни тврдења за еколошки својства на продукти), чудесни лекови, анти-вакцинација и негира постоење климатски промени ■ Погрешно ги претставува вистинските научни студии со претерани или лажни тврдења ■ Често им противречи на експертите 	
<p>сатира и измама</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Општествена критика или хумор ■ Има значителни разлики во квалитетот и целта може да не е очигледна ■ Може да ги збунува луѓето кои ќе помислат дека содржината е вистинита 	<p>дезинформација</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Измешани точни, лажни и делумно-лажни содржини ■ Има намера да информира, но авторот може да не е свесен дека содржината е лажна ■ Неточни наводи, искривена содржина и заведувачки наслови 	
<p>грешка</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Етаблираните новински организации понекогаш прават грешки ■ Грешките можат да му наштетат на брендот, да навредат или да резултираат со судски спор ■ Реномираните организации објавуваат извинувања 	<p>измислица</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Потполно измислена содржина, објавена за да дезинформира ■ Тактика на герила-маркетинг; ботови, коментари и лажно брендирање ■ Мотивирани со заработка од реклами, политичко влијание или и двете 	

ПОД ПОВРШИНАТА...

<p>лажни наводи</p>	<p>Автентични слики, видео-снимки или цитати се припишуваат на погрешни настани или лица</p>	<p>заведувачки</p>	<p>Насловот или поднасловот не ја одразуваат содржината</p>
<p>фалсификат</p>	<p>Веб страници и налози на Твитер кои се претставуваат како познат бренд или лице</p>	<p>искривена содржина</p>	<p>Статистичките податоци, графикони, фотографии и видеа се модифицирани или искривени</p>

eavi
MEDIA LITERACY
for CITIZENSHIP

www.eavi.eu

АГЕНЦИЈА ЗА АУДИО И АУДИОВИЗУЕЛНИ МЕДИУМСКИ УСЛУГИ



ЗАД НАСЛОВИТЕ

ИГРА ЗА ПРОВЕРКА НА ВЕСТИТЕ НА ИНТЕРНЕТ

ПРАВИЛА: ПОЧНИ СО 36 ПОЕНИ И ОДЗЕМАЈ ИЛИ ДОДАВАЈ ПОЕНИ СПОРЕД НАСОКИТЕ ДОДЕКА ЈА АНАЛИЗИРАШ СОДРЖИНАТА. СПОРЕДИ ГИ СВОИТЕ, СО РЕЗУЛТАТИТЕ НА ДРУГИТЕ.

наслови



- Дали насловот е со ГОЛЕМИ БУКВИ или прекумерна интерпункција !!!???
- Насловот ветува тајни информации, изненадување, среќа, шокантна вест?

-1

-2

слики



- Генерички фотографии прибавени од фотобанки, или фотографии под кои нема текстуален опис?
- Сликите се видоизменети или се однесуваат на други настани

-1

-2

url



- Публикацијата нема свој домен или користи слободна блог платформа
- Доменот е лажен, на пр.: bbc.com.co

-1

-2

реклами



- Написот е спонзориран од некоја компанија или организација
- Има многу досадни реклами (банери и поп-апи) што сами се појавуваат или рекламите изгледаат сомнително и евтино

-1

-2

автор



- Нема примери од нивната работа на друго место на Интернет
- Авторот не е идентификуван или користи псевдоним

-1

-2

текст



- Има многу печатни или граматички грешки или изгледа непрофесионално
- Во текстот често се користи емотивен, хиперболичен или сензационалистички јазик

-1

-2

датум



- Нема датум на написот
- Информациите во написот веќе не се важни или актуелни

-2

-2

пребарување



- Нема линкови или линковите укажуваат на сомнителни извори
- Од оваа историја нема примери на друго место на Интернет

-2

-2

Бонус круг

интервјуа и мислења

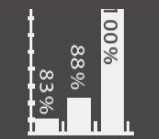


- Содржината цитира извори и ги именува
- Соговорникот е квалификуван авторитетно да зборува на темата или пак во написот се презентирани повеќе мислења

+2

+3

графикони и статистика



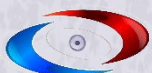
- Посочува на студија која е именувана и можете да ја најдете на Интернет
- Точно ги претставува резултатите од студијата или графиконите и статистичките податоци се јасни и прецизни

+2

+3

Бонус прашање

Можете ли да дознаете кој е сопственикот на публикацијата? **ДА +3** **НЕ -3**



АГЕНЦИЈА ЗА АУДИО И АУДИОВИЗУЕЛНИ МЕДИУМСКИ УСЛУГИ

eavi
MEDIA LITERACY
for CITIZENSHIP

www.eavi.eu