

## Шта треба да знамо о медијској писмености?

Јелена Жарковић, Марија Дрезгић, Милена Жарковић и Николина Јовановић I-4



**Кликбејт** је лажна вест. Реч „бејт” (bait) на енглеском значи **мамац**. Људи који пишу **кликбејт** желе да привуку пажњу читаоцима на специфичан начин да би њихов чланак имао што више прегледа.

*Технике које користе да би привукли пажњу читаоца су:*

- Велика болдована слова за наслов
- Шарене боје
- Коришћење речи шок, изненађујући, невероватно...

*и слике које приказују вест на лажан начин.*

Ако неки текст има све ове елементе, то је **кликбејт**.

### **Питања која нам могу помоћи са разумевањем медија:**

- Ко је аутор?
- Које креативне технике је аутор употребио да би привукао моју пажњу?
- Кома је овај садржај намењен?
- Које су вредности, животни стилови и ставови присутни, или изостављени из ове поруке?
- Која је сврха ове поруке или информације?

### **Ова питања су нам важна за разумевање медија зато што можемо да сазнамо:**

- Да ли је аутор добар новинар или не.
- Да ли је чланак кликбејт или не.
- Старосну или полну групу којој аутор жели да „прода” одређене информације.
- Да ли је информација коју добијамо потребна у животу и истинита или не.
- Да ли нам аутор преноси битне информације.



Поред озбиљних медијских кућа које објављују истините и релевантне информације, много је и оних који се зарад популарности и не држе увек тога да информације које објављују треба да буду истините с обзиром на то да их велики број људи чита.

„Ако су и *Курир* и *Ало* и *Блиц* то написали, па ваљда је тачно. Ваљда је бар неко проверио“ ... био је један у низу коментара читалаца испод једног чланка.

*Како бисмо били сигурни у тачност информације коју смо прочитали, треба себи да поставимо неколико питања, као што су:*

- **Који су докази за ове тврдње?**

Озбиљни медиј ће увек дати доказе, аргументе и објавити више изјава релевантних актера.

- **Да ли су ми рекли све?**

Информишите се из више извора. Прочитајте шта и како о истој теми извештавају други.

- **Да ли текст поткрепљује тврдњу у наслову?**

Најчешће се лажне вести крију у насловном блоку и првој реченици, при чему остатак текста не поткрепљује те тврдње.

- **Који је тон текста?**

Новинарство није обрачун са неистомишљеницима нити хвалоспев властима. Уколико приметите такав тон у тексту (увреде, велика слова итд.) већа је вероватноћа да вест није истинита у потпуности. Добар новинарски чланак мора бити цивилизован и без острашћеног тона.



Сви ћемо се сложити да највише времена проводимо на друштвеним мрежама. Нормално је да у 21. веку уложимо доста времена гледајући објаве на **Инстаграму** или **Фејсбуку**.

Друштвене мреже нам омогућавају многе предности које раније нисмо имали као што су:

- Брза комуникација
- Објављивање слика, линкова и дневних активности
- Дељење информација и
- Бизнис мрежа

Интернет нам је дао безброј могућности, али највећа мана је лоша сигурност корисника и уверење да све на друштвеним мрежама приказује стварно често занемарујемо чињеницу да то **није стварно** него да је **измишљено**. Уплетени у друштвене мреже, у потрази за сопственим успесима и срећама, често застанемо да осмотримо туђе. Уместо мреже друштвених илузија и лажи не смемо да пропустимо наш живот. **Не морамо** га поделити на **Фејсбуку**.

