



**PULCHRA**

Participatory Urban Learning Community Hubs through  
Research and Activation

# Εγχειρίδιο του Επιστημονικού Δημοσιογράφου

Πώς να επικοινωνήσετε την έρευνα σας



This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No 824466.

Αγαπητοί Επιστημονικοί Δημοσιογράφοι,

Αν θέλετε να βοηθήσετε τη φύση και το περιβάλλον, δεν μπορείτε να το κάνετε χωρίς τους ανθρώπους. Είναι απαραίτητο να ενημερωθούν και ιδανικά να συνεργαστείτε μαζί τους. Οι δραστηριότητες των Επιστημονικών Δημοσιογράφων μπορούν να συμβάλουν σε αυτό το στόχο. Χάρη σε εσάς ολόκληρη η πόλη μπορεί να μάθει σχετικά με την έρευνά σας στο σχολείο. Στόχος του προγράμματος PULCHRA είναι να διερευνηθεί ένα θέμα που απασχολεί εσάς, τους συμμαθητές, τους γονείς και τους καθηγητές σας και πιθανώς να απασχολεί και τους υπόλοιπους συμπολίτες σας. Εσείς και η ομάδα σας θα αναζητήσετε παραδείγματα καλής πρακτικής άλλων σχολείων και μπορείτε να εμπνευστείτε από τον τρόπο που έλυσαν ένα παρόμοιο πρόβλημα. Ένας από τους στόχους θα είναι επίσης η ενημέρωση της κοινότητάς σας εντός και εκτός του σχολείου σχετικά με τον τρόπο που σκοπεύετε να αντιμετωπίσετε το πρόβλημα. Ενημερώστε τους συμπολίτες σας με στόχο να καταλάβουν το πρόβλημα και να θέλουν να βοηθήσουν στην επίλυση του. Προσπαθήστε να τους εμπλέξετε στο έργο είτε μέσω μιας πρόσκλησης συνεργασίας είτε μέσω ενός διαγωνισμού. Εάν συμφωνήσουν, μην ξεχάσετε να τους αναφέρετε και να τους ευχαριστήσετε για τη βοήθειά τους.

Αυτό το εγχειρίδιο θα σας βοηθήσει να υλοποιήσετε τα παραπάνω.

Αυτός ο οδηγός θα κάνει το ταξίδι σας στη γνώση όσο το δυνατόν πιο εύκολο. Εδώ θα βρείτε τους τέσσερις κανόνες για υψηλής ποιότητας Επιστημονικής Δημοσιογραφίας. Εάν τα ακολουθήσετε, είναι πολύ πιθανό ότι οι αναγνώστες των άρθρων σας δεν θα παραμείνουν ανήσυχοι, αλλά θα είναι αισιόδοξοι ότι τα προβλήματα που αναφέρατε έχουν τις λύσεις τους. Στη συνέχεια, θα βρείτε εδώ δέκα συμβουλές για το πώς να δημιουργήσετε μια καλή αναφορά, θα μάθετε πώς να γράφετε αναρτήσεις σε κοινωνικά δίκτυα, ιστολόγια και τι πρέπει να περιέχει ένα δελτίο τύπου. Διαβάστε επίσης προσεκτικά τους δέκα κανόνες για την ασφάλεια στο διαδίκτυο. Θα ξοδεύετε χρόνο στο διαδίκτυο αναζητώντας πληροφορίες, αλλά και γράφοντας άρθρα, με επεξεργασία φωτογραφιών και βίντεο. Είναι επομένως καλό να γνωρίζουμε και να ακολουθούμε ορισμένους κανόνες αλλά και πού υπάρχουν κίνδυνοι. Τέλος, θα βρείτε μερικές συμβουλές για το πώς να διαδώσετε τις γνώσεις σας μεταξύ φίλων, γονέων αλλά και προς το ευρύ κοινό. Μερικές φορές είναι καλύτερο να απευθυνθείτε σε άτομα μέσω μιας σύντομης ανάρτησης στο Facebook, για μια άλλη περίπτωση είναι πιο κατάλληλο να γράψετε ένα μεγαλύτερο άρθρο σε ένα blog. Εάν δεν είστε σίγουροι τι να επιλέξετε, συμβουλευτείτε το παράρτημα. Θέλετε να μάθετε περισσότερα; Ρίξτε μια ματιά στις προτεινόμενες πηγές που μπορούν να διευρύνουν ακόμη περισσότερο τους ορίζοντές σας.

Καλή επιτυχία!

Η ομάδα του PULCHRA

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΠΟΙΚΟΔΟΜΗΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	4
Η ποιοτική δημοσιογραφία βασίζεται σε τέσσερις πυλώνες .....	4
ΕΝΗΜΕΡΩΣΤΕ ΤΟΥΣ ΑΛΛΟΥΣ ΓΙΑ ΤΟ ΕΡΓΟ ΣΑΣ .....	6
Δέκα βήματα για τη σύνταξη μιας αναφοράς.....	6
Πώς να εργαστείτε με κοινωνικά δίκτυα .....	12
Ανάρτηση .....	17
Δελτίο τύπου .....	17
Άρθρα ενημερωτικών δελτίων .....	19
ΔΕΚΑ ΚΑΝΟΝΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΑΣΦΑΛΕΙΑ.....	19
Βιβλιογραφία:.....	24
ΔΕΚΑ ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΝΑ ΓΡΑΨΕΤΕ ΜΙΑ ΕΚΘΕΣΗ.....	25
ΔΕΚΑ ΚΑΝΟΝΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΑΣΦΑΛΕΙΑ .....	26
ΕΤΟΙΜΑΖΕΣΤΕ ΝΑ ΓΥΡΙΣΕΤΕ ΒΙΝΤΕΟ;.....	27

## ΕΠΟΙΚΟΔΟΜΗΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

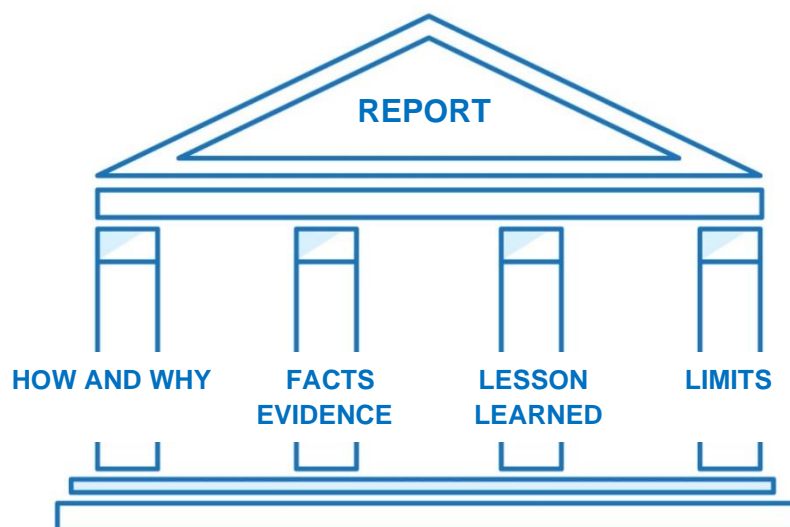
Στη σημερινή εποχή η δυσπιστία στα μέσα ενημέρωσης αυξάνεται στην κοινωνία. Αρνητικές ειδήσεις που κατακλύζουν τα ΜΜΕ και φαίνονται απελπιστικές απωθούν τον αναγνώστη. Τα ΜΜΕ δεν μας προσφέρουν λύσεις, συχνά επισημαίνουν μόνο προβλήματα και αφήνουν τη εύρεση λύσεων στους πολιτικούς, τους θεσμούς ή τους ενεργούς πολίτες. Μην είστε τέτοιοι δημοσιογράφοι. Βοηθήστε στην επίλυση των προβλημάτων.

Πείτε στους ανθρώπους όλη την ιστορία, όχι μόνο τα αποσπάσματα της. Μόνο μέσω ποιοτικής δημοσιογραφίας, μπορείτε να εξηγήσετε στους ανθρώπους ποιο είναι το πρόβλημα και να τους δείξετε πώς να το λύσουν ταυτόχρονα. Πιθανότατα δεν είστε οι πρώτοι που αντιμετωπίζετε το πρόβλημα. Είναι πολύ πιθανό ότι η λύση υπάρχει ήδη. Προσπαθήστε να βρείτε ένα πρόβλημα με μια παρόμοια λύση και εμπνευστείτε. Μπορεί να σας βοηθήσει στην έρευνα και θα ενδιαφέρει τους αναγνώστες σας. Περιγράψτε τους τη διαδικασία που επέλεξαν οι προκάτοχοί σας για την επίλυση του προβλήματος. Λύθηκε το πρόβλημα; Ποιο ήταν το μάθημα; Και πώς θα το αντιμετωπίσετε μαζί με την ομάδα σας;

Υπάρχει μια σχετικά νέα σχολή δημοσιογραφίας που ονομάζεται Εποικοδομητική Δημοσιογραφία, η οποία επικεντρώνεται στην ποιοτική δημοσιογραφία προσανατολισμένη στις λύσεις. Διαβάστε περισσότερα για αυτή στον ιστότοπο του Οργανισμού Ashoka ή απευθείας στον επίσημο ιστότοπο [www.solutionjournalism.org](http://www.solutionjournalism.org).

## Η ποιοτική δημοσιογραφία βασίζεται σε τέσσερις πυλώνες

Οι τέσσερις πυλώνες της ποιοτικής δημοσιογραφίας μπορούν να σας βοηθήσουν όχι μόνο όταν συντάσσετε μια αναφορά, αλλά και όταν εργάζεστε στο κοινό σας έργο.



## Μια περιγραφή του προβλήματος στην κοινότητά σας

Παράδειγμα: Εμφανίστηκε μια παράνομη χωματερή δίπλα στο σχολείο σας. Η γη ανήκει στο δήμο, βρίσκεται σε απομακρυσμένο μέρος της πόλης, οι άνθρωποι το αποφεύγουν, αλλά αυτό το πρόβλημα σας ενοχλεί και δεν θέλετε να το αγνοήσετε. Δεν σας αρέσει η θέα των σκουπιδιών και πιστεύετε επίσης ότι το μέρος θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί με καλύτερο τρόπο. Εξηγήστε **ΠΩΣ** και **ΓΙΑΤΙ** συμβαίνει το κοινωνικό ή περιβαλλοντικό πρόβλημα που θέλετε να γράψετε.

### Τι είναι ήδη γνωστό για το πρόβλημα;

Η απόρριψη ξεκίνησε από κατοίκους ενός κοντινού συγκροτήματος κατοικιών που δεν ήθελαν να μεταφέρουν ελαστικά και παλιά έπιπλα σε μια μάντρα. Δεδομένου ότι είναι απομακρυσμένο μέρος, κανείς δεν έχει ασχοληθεί με το πρόβλημα και τώρα η χωματερή είναι τόσο μεγάλη που η αφαίρεσή της θα κόστιζε πολλά χρήματα που ο δήμος δεν μπορεί να επενδύσει. Η χωματερή μολύνει τα υπόγεια ύδατα και υποβαθμίζει το έδαφος. Ωστόσο, γνωρίζετε ότι στο CleanTown, λόγω του ενδιαφέροντος των ντόπιων, ήταν δυνατή η αφαίρεση της χωματερής και η δημιουργία ενός ανθισμένου λιβαδιού με ένα ξενοδοχείο εντόμων. Παρουσιάστε **ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ, ΓΕΓΟΝΟΤΑ, ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΚΑΙ ΑΠΟΔΕΙΞΕΙΣ**, για το πώς λύθηκε το πρόβλημα στο CleanTown. Ποιος είναι ο αντίκτυπος αυτής της δραστηριότητας; Προσφέρετε αυθεντικές πληροφορίες και εμπειρίες των ανθρώπων που έχουν λύσει το πρόβλημα. Συνοψίστε τα αποτελέσματα της έρευνας, περιγράψτε τις τρέχουσες δραστηριότητες που σχετίζονται με την προστασία ή, αντιθέτως, την επιδείνωση της κατάστασης στο μέρος για το οποίο θέλετε να γράψετε.

### Ανασκόπηση και δίδαγμα

Ρίξτε μια προσεκτική ματιά στον τρόπο με τον οποίο προχώρησαν οι άνθρωποι στο CleanTown. Πόσο κόστισε η αφαίρεση απορριμμάτων; Πώς αντιμετωπίζετε το έδαφος προτού φυτέψετε λουλούδια σε αυτό; Τι είδους λουλούδια είναι κατάλληλα για ένα τέτοιο μέρος; Τι άλλο θα μπορούσε να γίνει επί τόπου για να κάνει τους ανθρώπους να αισθάνονται καλά εκεί; Τώρα ξέρετε πώς άλλοι έχουν λύσει το πρόβλημα και μπορείτε να επωφεληθείτε από το **ΔΙΔΑΓΜΑ**. Ο στόχος σας είναι να παρουσιάσετε ορισμένες οδηγίες, ένα πρότυπο σχέδιο που μπορείτε να εφαρμόσετε επανειλημμένα, για το πώς να προχωρήσετε σε μια δεδομένη κατάσταση. Δείξτε στους ανθρώπους πώς να χρησιμοποιούν τις πληροφορίες που αποκτήθηκαν από την έρευνα, πώς μπορούν να είναι χρήσιμες αλλού και τι πρέπει να γίνει για την επίλυση του δεδομένου προβλήματος. Δείξτε τους έναν συγκεκριμένο τρόπο, ένα παράδειγμα που λειτούργησε καλά και μπορεί να είναι χρήσιμο για άλλους σε παρόμοια κατάσταση. Επιτρέψτε στον αναγνώστη να κατανοήσει τις αρχές πίσω από τη λύση του προβλήματος.

### Όρια

Οι άνθρωποι στο CleanTown κατάφεραν να μετατρέψουν τα σκουπίδια σε ένα ανθισμένο λιβάδι. Έβαλαν επίσης πάγκους και εκπαιδευτικούς πίνακες κατά μήκος του λιβαδιού. Τώρα επισκέπτονται πολλοί άνθρωποι το μέρος αυτό για χαλάρωση αλλά και για να μάθουν τα λουλούδια και τα έντομα. Ωστόσο, έλυσε ο δήμος το πρόβλημα με τη διάθεση απορριμμάτων; Οι άνθρωποι εγκατέστησαν μια παράνομη χωματερή εκεί επειδή ήταν πολύ δύσκολο να πάρουν τα απορρίματά τους σε ένα καθορισμένο μέρος. Η τοποθέτηση ενός λιβαδιού επί τόπου είναι μια λύση σε ένα πρόβλημα, αλλά δεν επιλύει την αιτία ... Καμία λύση δεν είναι τέλεια, η ποιοτική δημοσιογραφία

επισημαίνει επίσης τις αδυναμίες ή τα **ΌΡΙΑ** της συγκεκριμένης λύσης. Η επισήμανση των αδύναμων σημείων θα επιτρέψει σε ανθρώπους, οι οποίοι θα εμπνεύσουν τη δουλειά μας λύνοντας το πρόβλημά τους, να τα αναγνωρίσουν, να μην τα επαναλάβουν αλλά και να μάθουν από αυτά.



## ΕΝΗΜΕΡΩΣΤΕ ΤΟΥΣ ΑΛΛΟΥΣ ΓΙΑ ΤΟ ΕΡΓΟ ΣΑΣ

### Δέκα βήματα για τη σύνταξη μιας αναφοράς

Το κύριο αποτέλεσμα της ενημέρωσης σχετικά με τα αποτελέσματα της ομαδικής έρευνάς σας θα είναι μια αναφορά που θα πρέπει τελικά να δημοσιευθεί στα μέσα ενημέρωσης. Συνεργαστείτε με την ομάδα σας και συλλέγετε συνεχώς πληροφορίες σχετικά με την έρευνα, δηλώσεις βασικών ατόμων και όταν αισθάνεστε ότι όλα ταιριάζουν μαζί, αρχίστε να γράφετε την αναφορά. Στην αναφορά, θα εφαρμόσετε ό, τι έχετε μάθει.

Οι αρχές που περιγράφονται σε αυτά τα δέκα βήματα ισχύουν όχι μόνο κατά τη σύνταξη μιας αναφοράς, αλλά και κατά τη σύνταξη αναρτήσεων ιστολογίου, δελτίων τύπου ή άρθρων ενημερωτικών δελτίων.

#### 1. Επιλέξτε ένα θέμα

Το θέμα της αναφοράς μπορεί να είναι το ίδιο με το θέμα ολόκληρου του έργου ή μπορείτε να επιλέξετε μόνο ένα μέρος αυτού. Πρέπει να είναι ενδιαφέρον για εσάς, αλλά ταυτόχρονα να εξετάσετε εάν το θέμα θα ενδιαφέρει και για τους αναγνώστες σας. Θα πρέπει να είναι σύγχρονο, μπορεί επίσης να είναι διαχρονικό, ιδανικά κάτι για το οποίο θέλετε να μάθετε περισσότερα. Όσο περισσότερο θα ενδιαφέρει εσάς, τόσο καλύτερη δουλειά θα κάνετε. Μην ξεχνάτε ότι είναι ομαδική εργασία. Είναι ένα θέμα στο οποίο έχετε συμφωνήσει;

#### 2. Ξεκινήστε με την αναζήτηση

Μπορείτε να λάβετε πληροφορίες από άρθρα στο Διαδίκτυο, από περιοδικά ή απευθείας από συνεντεύξεις.

**Ξεκινήστε με τις πληροφορίες που βρίσκονται στο Διαδίκτυο ή σε παραδοσιακή έντυπη μορφή (δευτερεύουσες πηγές):** βρείτε περισσότερες πληροφορίες στην τοπική βιβλιοθήκη σας και στο Διαδίκτυο. Κοιτάξτε τι έχει γραφτεί για το θέμα.

Για παράδειγμα, εξερευνήστε τους επίσημους ιστότοπους ιδρυμάτων / οργανισμών που ασχολούνται με το θέμα σας. Αναζητήστε επίσης επιστημονικά άρθρα σχετικά με το θέμα (χρησιμοποιήστε μηχανές αναζήτησης όπως Google Scholar, EBSCO, ENVIRONetBASE). Μπορείτε επίσης να κάνετε αναζήτηση σε δημοφιλή επιστημονικά άρθρα και σε διάφορα αξιόπιστα περιοδικά (για παράδειγμα, το National Geographic γράφει για περιβαλλοντικά θέματα ...). Ένας δημοσιογράφος έρχεται στο πεδίο προετοιμασμένος και ενημερωμένος για το τι είναι ήδη γνωστό για το θέμα. Δεν ρωτάει «τι» συμβαίνει, αλλά αναζητά μια απάντηση στην ερώτηση «γιατί» και «πώς».

**Συνεχίστε παίρνοντας συνεντεύξεις από άτομα που είναι σημαντικά για την έρευνά σας (πρωτεύουσες πηγές):** αυτοί είναι οι άνθρωποι που σχετίζονται με το θέμα σας, συνήθως εμπειρογνώμονες, αλλά μπορούν επίσης να είναι αστυνομικοί, πολιτικοί, επιχειρηματίες, ακτιβιστές της κοινότητας, ο Δήμαρχος ή ο διευθυντής του σχολείου σας. Είναι επίσης άνθρωποι που επηρεάζονται από το δεδομένο κοινωνικό πρόβλημα. Φανταστείτε, για παράδειγμα, ένα έργο που στοχεύει στην ανακαίνιση ενός κοντινού πάρκου: είναι καλό να ρωτήσετε τους επισκέπτες του τι πιστεύουν ότι λείπει στο πάρκο, μπορεί να σας εμπνεύσουν και να σας φέρουν μερικές νέες ιδέες. Μην φοβάστε να ρωτήσετε τους γονείς ή τη γιαγιά σας. Μπορεί να ξέρουν πώς ήταν η τοποθεσία πριν, ή ποιος μπορεί να ξέρει περισσότερα για το πάρκο.

Ο στόχος σας είναι να μάθετε ποιοι είναι οι κύριοι χαρακτήρες της ιστορίας σας και να τους ζητήσετε μια συνέντευξη. Είναι καλό να μιλάτε με ανθρώπους ακριβώς στο σημείο όπου βρίσκεται το πρόβλημα. Εάν θέλετε να συντάξετε μια καλή αναφορά, θα χρειαστείτε ιδιαίτερα τις απόψεις των βασικών παραγόντων, όχι μόνο τη δική σας γνώμη για το πρόβλημα και την εμπειρία μέχρι στιγμής. Είναι αυτοί οι βασικοί παράγοντες στους οποίους βασίζεται η αναφορά σας. Θυμηθείτε ότι τίποτα δεν είναι ασπρόμαυρο, δώστε φωνή σε όλες τις πλευρές.

### **3. Προετοιμάστε τις ερωτήσεις εκ των προτέρων**

Είναι καλύτερα να είσαι προετοιμασμένος παρά να ελπίζετε ότι ερωτήσεις και θέματα θα έρθουν απλώς σε εσάς κατά τη διάρκεια της συνομιλίας. Πριν πάτε σε μια συνέντευξη ετοιμάστε τουλάχιστον δέκα ερωτήσεις που θέλετε να θέσετε στο άτομο. Επισημάνετε ένα ή δύο από αυτά που πρέπει να απαντηθούν σε κάθε περίπτωση. Αυτές οι ερωτήσεις θα σας κρατήσουν στη συζήτηση, είναι οι πυλώνες διάσωσης. Παρ' όλα αυτά, ακούστε προσεκτικά και μην φοβάστε να εγκαταλείψετε τις προετοιμασμένες ερωτήσεις υπέρ ενός καλύτερου θέματος. Οι δύο ερωτήσεις που επισημάνετε θα σας βοηθήσουν πάντα να επιστρέψετε στο θέμα και να λάβετε απαντήσεις σε αυτό που σας ενδιαφέρει.

Μπορείτε να τραβήξετε μια φωτογραφία των ερωτήσεων ή να τις αποθηκεύσετε στο τηλέφωνό σας, ώστε να τις έχετε πάντα στη διάθεσή σας. Μπορείτε να βρεθείτε σε μια

κατάσταση όπου δεν θα έχετε μαζί σας ένα έγγραφο με έτοιμες ερωτήσεις. Σε αυτήν την περίπτωση, μην φοβάστε να ρωτήσετε ακόμη και χωρίς τις ερωτήσεις που προετοιμάσατε. Συχνά προκύπτει υπέροχο υλικό ακόμη και από τέτοιες συνομιλίες. Μην φοβάστε να απευθυνθείτε σε έναν ξένο ή να του γράψετε ένα email. Να είστε ευγενικοί και να εξηγήσετε ότι εάν έχουν λίγο χρόνο να διαθέσουν για εσάς, θα θέλατε να θέσετε πολλές ερωτήσεις σχετικά με το θέμα σας. Σίγουρα, μερικά άτομα θα σας απορρίψουν ή δεν θα απαντήσουν, αλλά μην αποθαρρύνεστε. Άλλοι, ωστόσο, θα χαρούν που σας ενδιαφέρει η γνώμη τους και θα λάβετε τις απαντήσεις τους. Εάν δεν προσπαθήσετε, δεν θα πάρετε τίποτα.



#### 4. Βγείτε στο πεδίο δράσης

Μπορείτε να φανταστείτε την έκθεση ως ντοκιμαντέρ σε χαρτί. Ο αναγνώστης πρέπει να αισθανθεί ότι βρίσκεται στο μέρος που περιγράφεται, μαζί σας. Δείξτε στον αναγνώστη σας έναν άκαμπτο οδηγό λεωφορείου με αυστηρή εμφάνιση που γκρινιάζει αντί να χαιρετά, ή έναν ψηλό δήμαρχο με μακριά μύτη που κοιτάζει μέσα από τα γυαλιά στην άκρη της μύτης του. Πρέπει να σηκωθείς από το τραπέζι σου και να πας κατευθείαν στο πεδίο δράσης για να μπει ο αναγνώστης στην ιστορία. Παρατηρήστε τους ανθρώπους, την εμφάνισή τους, την ταχύτητα περπατήματος, τις χειρονομίες, παρατηρήστε τη μυρωδιά, τον θόρυβο και τη σιωπή. Είναι οι λεπτομέρειες που κάνουν τον αναγνώστη να βιώσει την ιστορία μαζί σας. Να είστε αυθεντικοί, να περιγράψετε τα συναισθήματα και τις σκέψεις σας. Καταγράψτε τις συνεντεύξεις και ολόκληρη την επίσκεψη σε ένα κινητό τηλέφωνο, αλλά μην ξεχάσετε να κρατήσετε επίσης γραπτές σημειώσεις επί τόπου. Αυτές περιλαμβάνουν τις παρατηρήσεις, τις σκέψεις, τις ιδέες σας και ενδιαφέροντα πράγματα που δεν θα ακούσετε από την ηχογράφηση.

Απομαγνητοφωνήστε ολόκληρες τις ηχογραφημένες συνεντεύξεις. Νέα θέματα θα προκύψουν με επακόλουθες συνεντεύξεις και πληροφορίες και ένα απόσπασμα που αρχικά δεν θέλετε να χρησιμοποιήσετε μπορεί να γίνει σημαντικό για την αναφορά σας. Αποθηκεύστε τις ηχογραφήσεις στον υπολογιστή σας σε περίπτωση που κάποιος από τους ερωτηθέντες διαφωνήσει για αυτό που σας είπε.

#### 5. Μην ξεχνάτε τα γραφικά - φωτογραφίες, βίντεο, διαγράμματα και γραφήματα

Πριν ξεκινήσετε τη λήψη φωτογραφιών ή τη μαγνητοσκόπηση, μην ξεχάσετε να βεβαιωθείτε ότι τα άτομα που θέλετε να απεικονίσετε στα μέσα ενημέρωσης συμφωνούν με αυτό. Φυσικά,



αυτό δεν ισχύει για τυχαίους περαστικούς που «εμπλέκονται» στη σκηνή. Ωστόσο, εάν τα παιδιά (ειδικά τα παιδιά κάτω των 15 ετών) πρέπει να εμφανίζονται στην εικόνα ή στο βίντεο, βεβαιωθείτε ότι έχετε τη γραπτή συγκατάθεση των γονέων και του σχολείου τους.

### **Φωτογραφία**

Μια φωτογραφία ρεπορτάζ είναι γεμάτη δράση, απεικονίζει την ιστορία. Ένα άτομο δεν πρέπει να λείπει. Καταγράφει το θέμα. Είναι ευκρινής και καλής ποιότητας (περισσότερα από 3 MB για εκτύπωση, τουλάχιστον 2 MB για τον Ιστό, για κοινωνικά δίκτυα 800x600px πρέπει να είναι αρκετά).

### **Βίντεο**

Οι δημοσιογράφοι λένε συχνά ότι μια εικόνα αξίζει χίλιες λέξεις και ένα βίντεο αξίζει χίλιες εικόνες. Ωστόσο, το βίντεο πρέπει να είναι καλής ποιότητας για να είναι αληθινό. Πριν ξεκινήσετε τη μαγνητοσκόπηση, ελέγξτε:

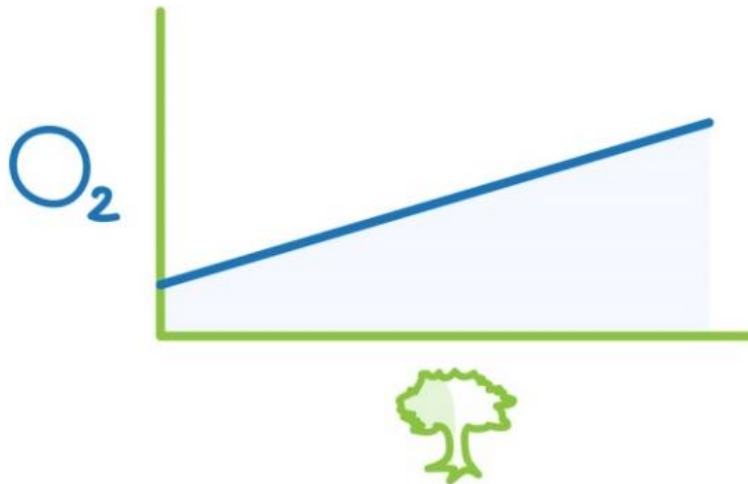
- ✓ αν βρίσκεστε σε ένα ήσυχο και ανενόχλητο μέρος
- ✓ αν δεν βρίσκεστε ενάντια στο φως
- ✓ αν η εικόνα είναι εστιασμένη
- ✓ ηχογραφήστε τον ήχο ξεχωριστά σε κινητό τηλέφωνο (δεύτερο) ή σε ένα μικρόφωνο σε περίπτωση που ο ήχος από το βίντεο είναι κακής ποιότητας. Εάν δεν διαθέτετε μικρόφωνο και τα μέτρα ασφαλείας το επιτρέπουν, σταθείτε κοντά στο άτομο που μαγνητοσκοπεύετε.
- ✓ Εάν μπορείτε, χρησιμοποιήστε ένα τρίποδο για να αποτρέψετε την ανακίνηση της εικόνας. Τα νέα smartphone διαθέτουν συνήθως ενσωματωμένο σταθεροποιητή. Βεβαιωθείτε ότι είναι ενεργοποιημένος.
- ✓ Τραβήξτε το βίντεο στο YouTube οριζόντια, αλλά το βίντεο στο Instagram και στο Facebook είναι καλύτερο να τραβάτε κάθετα. Συνήθως κρατάμε το κινητό τηλέφωνο όρθιο στα χέρια μας και τα κοινωνικά δίκτυα όπως το Facebook και το Instagram επισκέπτονται κυρίως άτομα από κινητά τηλέφωνα.
- ✓ Μην χρησιμοποιείτε το ψηφιακό ζουμ, μειώνει την ποιότητα. Καλύτερα να πάτε πιο κοντά στη σκηνή.
- ✓ Θυμηθείτε ότι έχετε περίπου τρία δευτερόλεπτα για να προσελκύσετε τον θεατή. Εάν η αρχή είναι βαρετή, ο θεατής δεν θα ολοκληρώσει το βίντεο ακόμα κι αν το υπόλοιπο βίντεο είναι ενδιαφέρον.
- ✓ Προσθέστε υπότιτλους στο βίντεό σας (πολλά άτομα δεν μπορούν πάντα να ενεργοποιούν τον ήχο κατά την περιήγηση σε κοινωνικά δίκτυα). Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε, για παράδειγμα, την εφαρμογή Karwing.

Για την επεξεργασία των βίντεό σας, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε αυτά τα προγράμματα δωρεάν: FilmoraGo, Magisto, Quik ή Cute CUT.

### **Δημιουργία διαγραμμάτων και γραφημάτων**

Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τα δωρεάν προγράμματα Canva ή Piktochart. Μέσα από τα γραφήματα, μπορούμε να προσελκύσουμε την προσοχή του αναγνώστη, αλλά και να εξηγήσουμε δεδομένα που θα ήταν δύσκολο να κατανοηθούν στο κείμενο.

Όταν δημιουργείτε διαγράμματα και γραφήματα, μην ξεχνάτε το επαρκές μέγεθος γραμματοσειράς και τον **νηφάλιο χρωματισμό** των γραφημάτων, ώστε τα χρώματα να μην κατακλύζουν τις πληροφορίες. Εάν χρειάζεστε βοήθεια, ρωτήστε τον καθηγητή επιστήμης υπολογιστών σας, αυτός ή αυτή θα χαρεί σίγουρα να σας βοηθήσει.



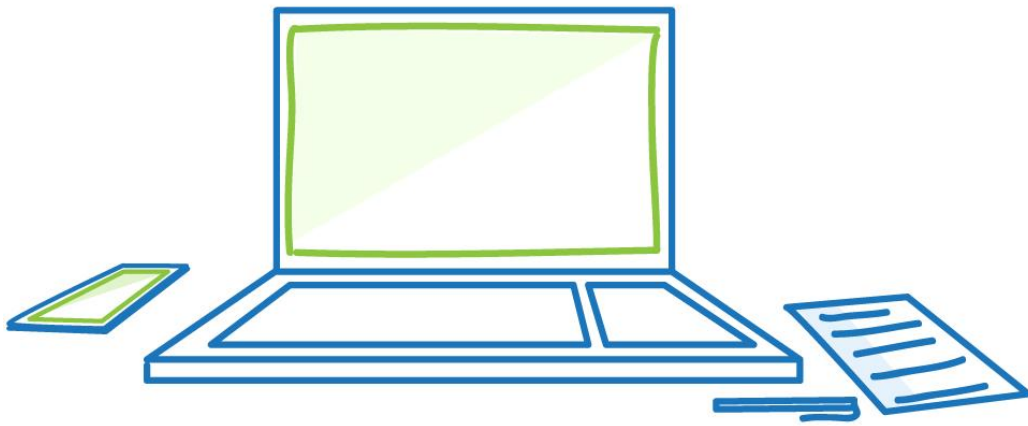
## 6. Εμπιστευτείτε... ωστόσο, συνεχίστε την αναζήτησή σας μετά την επιστροφή από το πεδίο

Οι συνεντεύξεις και η εμπειρία του πεδίου θα σας φέρουν νέες γνώσεις, μπορεί να μην καταλαβαίνετε τα πάντα ή να συναντήσετε ένα θέμα για το οποίο δεν έχετε ξανακούσει. Επομένως, επιστρέψτε στην αναζήτησή σας στο Διαδίκτυο, επεκτείνετε τις γνώσεις από το πεδίο, ρωτήστε τους ερωτηθέντες σας για άλλα άτομα που, σύμφωνα με αυτούς, θα μπορούσαν να έχουν κάτι να πουν στο θέμα. Εάν δεν τα χρησιμοποιείτε τώρα, αποθηκεύστε τα, μπορεί να είναι χρήσιμα για το επόμενο άρθρο σας ;-).

## 7. Ξεκινήστε να γράφετε

Ένα άρθρο αποτελείται συνήθως από τρία μέρη:

- **βασική παράγραφος:** βάλτε τον αναγνώστη στην ιστορία. Που στέκεστε; Τι συμβαίνει γύρω σας; Η αρχή της έκθεσης δεν πρέπει να περιέχει τις πιο σημαντικές πληροφορίες, αλλά θα πρέπει να τραβήξει την προσοχή του αναγνώστη. Ο αναγνώστης πρέπει να θέλει να μάθει περισσότερα για το θέμα. Χρησιμοποιήστε λεπτομέρειες, ό, τι βλέπετε, αισθάνεστε και βιώστε.
- **κυρίως σώμα:** περιλαμβάνει μια εξήγηση του προβλήματος για το οποίο θέλετε να γράψετε και ιστορίες για τα άτομα που επηρεάζονται από το θέμα. Για παράδειγμα, μπορείτε να προσθέσετε ιστορίες από μέρη όπου το πρόβλημα έχει επιλυθεί - πώς το έκαναν και ποια συγκεκριμένα προβλήματα αντιμετώπισαν;
- **νόημα:** στο τέλος κάθε έκθεσης πρέπει να υπάρχει ένα νόημα. Ποιο είναι το συμπέρασμα της ιστορίας που λέτε;



## 8. Εναλλακτικές πληροφορίες και παράγραφοι αφήγησης

Οι μαρτυρίες μεμονωμένων ανθρώπων θα προσθέσουν αξιοπιστία στην ιστορία σας και θα την κάνουν πιο ενδιαφέρουσα. Μπορείτε να παραφράσετε τις μαρτυρίες με τα δικά σας λόγια και να τις χρησιμοποιήσετε ως πηγή για το σώμα του άρθρου. Επιλέξτε τέτοια τμήματα της συνέντευξης στα οποία δεν υπάρχουν μόνο γεγονότα, αλλά και συναισθήματα στα αποσπάσματα. Αν τα περιγράψατε με τα δικά σας λόγια, θα χάσουν τη μαγεία τους. Αυτά είναι έντονα σχόλια, απόψεις των ερωτηθέντων, αποσπάσματα στα οποία περιγράφουν χαρά, θλίψη, απογοήτευση.

Στην έκθεση, είναι σημαντικό να μην ξεχνάμε τα γεγονότα που θα βοηθήσουν τον αναγνώστη να καταλάβει τι γράφετε. Αυτά τα χωρία είναι, ωστόσο, πιο δύσκολα για τον αναγνώστη. Τα διαβάζουν αργά και πρέπει να συγκεντρωθούν περισσότερο. Είναι επομένως καλό να τα εναλλάσσουμε με αφηγηματικά αποσπάσματα, να τα διαχωρίζουμε με εισαγωγικά που θα ζωντανέψουν το κείμενο.

## 9. Δημιουργήστε έναν ελκυστικό, εντυπωσιακό, αλλά αληθινό τίτλο. Τοποθετήστε στο κείμενο υπότιτλους

Παραδόξως, είναι καλύτερο να δημιουργήσετε τον τίτλο μόνο αφού έχετε ήδη γράψει ολόκληρο το κείμενο. Θα πρέπει να καταγράφει το κύριο μήνυμα του άρθρου. Πρέπει να είναι εντυπωσιακό, πιασάρικο και πρέπει να περιέχει ένα ρήμα. Ο τίτλος δεν πρέπει ιδανικά να υπερβαίνει το όριο των 60 χαρακτήρων για σύντομα νέα. Με άρθρα όπως αναφορές, εάν είναι απαραίτητο για το άρθρο, μπορεί να επεκταθεί σε 120 χαρακτήρες. Είναι σημαντικό η επικεφαλίδα να είναι ενδιαφέρουσα αλλά όχι ψέματα. Για καλύτερο προσανατολισμό στο κείμενο, είναι επίσης καλό να εξετάσετε υπότιτλους, οι οποίοι χωρίζουν το κείμενο σε θεματικές υποενότητες. Ενδιαφέρουσες επικεφαλίδες περιλαμβάνουν σύντομα και συνοπτικά αποσπάσματα της συνέντευξης, λίγα λόγια από τους κύριους χαρακτήρες της ιστορίας σας που τραβούν την προσοχή. Αντίθετα, είναι καλό να αποφεύγετε τα κλισέ (το κερασάκι στην τούρτα / που δεν έχει βιώσει, δεν θα καταλάβει...)

## 10. Μην ξεχάσετε να ξαναδιαβάσετε το κείμενο

Everybody makes mistakes. You'd better read the article twice, check grammar and if you are not sure, consult the manuals of the formal language. Don't be afraid to ask your teacher as well. He or she will definitely be happy to help you. You can discuss the report with classmates in small groups. Thus, you get valuable feedback, you'll see what they like and what still needs to be done. Somebody else can focus on proofreading and grammar editing. If you work together, you'll get the best version of the article. Όλοι κάνουν λάθη. Καλύτερα να διαβάσετε το άρθρο δύο φορές, να ελέγξετε τη γραμματική και εάν δεν είστε σίγουροι, συμβουλευτείτε τα εγχειρίδια της επίσημης γλώσσας. Μην φοβάστε να ρωτήσετε και τον δάσκαλό σας. Αυτός ή αυτή σίγουρα θα χαρεί να σας βοηθήσει. Μπορείτε να συζητήσετε την αναφορά με συμμαθητές σε μικρές ομάδες. Έτσι, λαμβάνετε πολύτιμα σχόλια, θα δείτε τι τους αρέσει και τι πρέπει ακόμη να γίνει. Κάποιος άλλος μπορεί να επικεντρωθεί στην διόρθωση και την επεξεργασία γραμματικής. Εάν συνεργαστείτε, θα λάβετε την καλύτερη έκδοση του άρθρου.

Οι ακόλουθες πηγές για αναφορές μπορούν να σας διευκολύνουν να εργαστείτε στο άρθρο:

- Infographics <https://piktochart.com/>
- Google Tools for Journalists <https://newsinitiative.withgoogle.com/training/>
- Young Reporters for Environment tutorial on How to produce a good movie: [https://www.youtube.com/watch?v=bTT\\_TZpeNCw&feature=emb\\_logo](https://www.youtube.com/watch?v=bTT_TZpeNCw&feature=emb_logo)

## Πώς να εργαστείτε με κοινωνικά δίκτυα

Εάν μάθετε να χειρίζεστε κοινωνικά δίκτυα, δελτία τύπου, ιστολόγια και ενημερωτικά δελτία, θα σας βοηθήσουν στην προώθηση των δραστηριοτήτων της ομάδας σας. Παρόλο που φαίνεται ότι οι μεμονωμένες κοινωνικές πλατφόρμες είναι παρόμοιες, είναι απαραίτητο να αντιληφθούμε τις διαφορές τους και να χρησιμοποιήσουμε τα μοναδικά χαρακτηριστικά τους.

Πριν ξεκινήσετε να μοιράζετε πληροφορίες σε διαφορετικά κοινωνικά δίκτυα, δημιουργήστε μια πρωτότυπη ιστορία (για παράδειγμα σε ένα έγγραφο λέξεων) και προσαρμόστε την σε μεμονωμένα κοινωνικά μέσα. Η χρήση του ίδιου περιεχομένου σε όλα τα κανάλια είναι λάθος ενός αρχάριου ;-).



Στον σημερινό κόσμο, τα λεγόμενα hashtag (#) αποτελούν μέρος κοινωνικών δικτύων όπως το Instagram, το Facebook, το Twitter και το LinkedIn. Αυτή είναι μια λέξη-κλειδί που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε για να προσθέσετε ετικέτες σε άρθρα, έγγραφα ή σε μέρη τους, όπως εικόνες και βίντεο. Τα Hashtags βοηθούν στη συλλογή όλων των πληροφοριών σχετικά με ένα συγκεκριμένο θέμα και έτσι αυξάνουν την προβολή τους στα κοινωνικά δίκτυα. Για αναρτήσεις που σχετίζονται με το PULCHRA μην ξεχάσετε να χρησιμοποιήσετε τα hashtags:

**#PULCHRA**

**#ScienceInTheCity**

**#UrbanEcosystems**

Οι υπηρεσίες κοινωνικών μέσων απαιτούν από τους χρήστες να είναι τουλάχιστον 13 ετών για πρόσβαση και χρήση των υπηρεσιών τους. Εάν είστε νεότεροι από το όριο ηλικίας, ζητήστε από τον καθηγητή σας να σας βοηθήσει να ανεβάσετε το περιεχόμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για εσάς.

## **Facebook**

Συναντηθήκατε με την ερευνητική σας ομάδα σε μια συνάντηση για πρώτη φορά και σχεδιάζετε τι θα κάνετε πραγματικά το επόμενο έτος. Είστε στην αρχή του ερευνητικού σας ταξιδιού, αλλά τώρα είναι ήδη η ώρα να ενημερώσετε τους άλλους! Το Facebook και το Instagram είναι τα κατάλληλα μέρη για να προωθήσετε μια εκδήλωση, να μοιραστείτε άρθρα που δημοσιεύονται σε εφημερίδες ή στον ιστό και να δημιουργήσετε μια εικονική κοινότητα. Το Facebook σας επιτρέπει να παρακολουθείτε τι ακολουθούν οι χρήστες. Στη συνέχεια, μπορείτε να εστιάσετε τις αναρτήσεις σας στην ομάδα-στόχο σας.

Χρησιμοποιήστε το Facebook εάν θέλετε να ενημερώσετε τους οπαδούς σας για ένα συγκεκριμένο αποτέλεσμα της έρευνάς σας ή για πληροφορίες που θέλετε να αναπτύξετε περαιτέρω στο άρθρο σας. Η ανάρτησή σας δεν πρέπει να υπερβαίνει τις πέντε γραμμές για να τραβήξει την προσοχή. Όσο πιο σύντομη και πιο σύντομη είναι η ανάρτηση, τόσο πιο πιθανό είναι να το διαβάσουν οι

θαυμαστές σας. Επομένως, να είστε σύντομοι και να χρησιμοποιείτε λέξεις-κλειδιά, θα γράψετε περισσότερα στο άρθρο.

### Τι ανήκει σε μια ανάρτηση στο Facebook

- **Κείμενο:** πρέπει να τραβήξει την προσοχή, έως 5 γραμμές, πληροφορίες σχετικά με τα αποτελέσματα της έρευνας / παρουσιάστε την ομάδα σας! Μοιραστείτε ιστορίες για τα άτομα που εμπλέκονται.
- **Emoticons**
- **Σύνδεσμοι:** σε άρθρα και ιστότοπους ή άλλα αποτελέσματα της έρευνάς σας, αλλά και σε άτομα, οργανισμούς και ιδρύματα που σχετίζονται με την ανάρτησή σας.
- **Εικόνα:** φωτογραφίες από τις ομαδικές συναντήσεις αλλά και την έρευνα
- **Βίντεο:** τραβήξτε το βίντεο κάθετα, προσθέστε ιδανικά υπότιτλους στο βίντεο. Μπορείτε επίσης να χρησιμοποιήσετε μια ζωντανή μετάδοση λειτουργίας στο Facebook.
- **Ερωτήσεις, προκλήσεις, διαγωνισμοί:** εμπλέξτε τους οπαδούς σας στην έρευνα, δείξτε τους ότι σας ενδιαφέρει η γνώμη τους.
- **Προσκλήσεις για εκδηλώσεις**

### Πώς πρέπει να εμφανίζεται μια ανάρτηση στο Facebook;

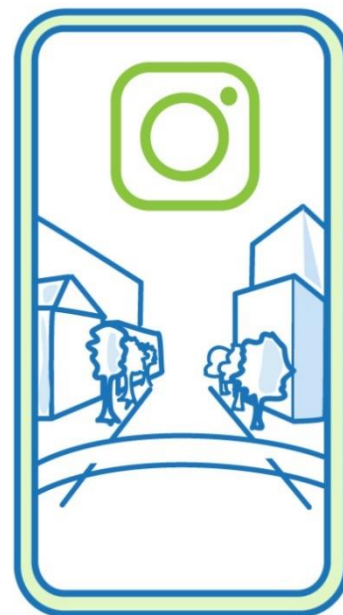
- **Ενημερώστε:** τονίστε ενδιαφέρουσες στιγμές αλλά μην αποκαλύψετε τα πάντα! Ο στόχος σας είναι να προσελκύσετε τους αναγνώστες να διαβάσουν το άρθρο σας ή να ελέγξουν τον ιστότοπο της ομάδας σας
- **Ετικέτα:** συμμαθητές, φίλοι, οργανισμοί και ιδρύματα που αναφέρετε στο κείμενο. Απλώς γράψτε το όνομά τους και βάλτε το @ μπροστά του.
- **Προσθέστε έναν σύνδεσμο:** παραπέμψτε τους χρήστες σας σε ιστότοπους όπου μαθαίνουν περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την έρευνά σας. Συνιστάται να συντομεύσετε τον σύνδεσμο. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε δωρεάν online συντομευτές όπως το bit.ly.
- **Προσθέστε μια εικόνα ή βίντεο:** ιδανικό μέγεθος εικόνας στο Facebook: 800x600
- **Να είστε φιλικόι προς κινητά:** ανεβάστε στο Facebook μόνο τέτοιες εικόνες των οποίων το περιεχόμενο θα είναι ορατό ακόμα και σε κινητό τηλέφωνο. Εάν δημιουργείτε ένα βίντεο στο Facebook, τραβήξτε το κάθετα.
- **Συμπεριλάβετε τους αναγνώστες σας:** μη διστάσετε να είστε οι πρώτοι που σχολιάζουν το άρθρο. Προσθέστε μια ερώτηση για να κάνετε τους αναγνώστες να απαντήσουν. Η συζήτηση θα προσελκύσει περισσότερους χρήστες.
- **Να είστε προσβάσιμοι:** είναι σημαντικό να απαντάτε σε ερωτήσεις ατόμων κάτω από την ανάρτησή σας, ανεξάρτητα από το τι γράφουν. Να είσαι ευγενικός.
- **Παραμείνετε θετικοί:** οι χρήστες είναι πιο πιθανό να διαβάσουν την ανάρτηση.
- **Διατηρήστε την περιοδικότητα:** δεν χρειάζεται να προσθέτετε νέες δημοσιεύσεις κάθε μέρα, μια συνεισφορά την εβδομάδα είναι αρκετή. Είναι σημαντικό να διατηρηθεί η κανονικότητα

## Instagram

Το Instagram είναι ένα κοινωνικό δίκτυο κατάλληλο ειδικά για κοινή χρήση φωτογραφιών και βίντεο από τη ζωή μας. Είναι ιδανικό για να προσελκύσετε την προσοχή των συνομηλίκων σας, κατάλληλο για γρήγορες και ενημερωμένες πληροφορίες σχετικά με την έρευνά σας.

### What to share?

- **Ιστορία:** εικόνες για καθημερινές εκδηλώσεις με λεζάντα. Δεν χρειάζεται να ανησυχείτε για τους μεγάλους υπότιτλους στο Instagram, απλώς μοιραστείτε μια ωραία φωτογραφία με μία πρόταση.
- **Βίντεο:** παρουσιάζοντας ενδιαφέροντα γεγονότα από την έρευνα. Ένα από τα ευρέως χρησιμοποιούμενα χαρακτηριστικά του Instagram είναι η ζωντανή μετάδοση.
- **Εικόνες στη ροή (στον πίνακα ανακοινώσεων):** περιλαμβάνει φωτογραφίες που καταγράφουν πιο σημαντικές στιγμές που θα ενδιαφέρουν τους θαυμαστές σας αύριο ή σε μια εβδομάδα. Μέσω της ροής, εκπροσωπείτε την ομάδα σας. Τραβήξτε μια ωραία εικόνα από την πρώτη συνάντηση, μια εικόνα του μέρους που θέλετε να βελτιώσετε (αργότερα μπορείτε να μοιραστείτε μια εικόνα πριν και μετά), τραβήξτε μια φωτογραφία ολόκληρης της ομάδας.



### Πώς θα μοιάζει η ανάρτηση;

- **Edit:** Instagram users have a liking for really nice pictures. Don't be afraid to reach for the apps like Picasa, Camera+, or Snapseed to edit your photos. Don't overuse adjustments and filters though.
- **Rule of the third:** imagine that the picture is divided into thirds by horizontal and vertical lines. The photographed object should be on one of these lines, or preferably on their intersection.
- **Caption:** your text should draw attention; a question is ideal.
- **Tag:** friends, classmates, institutions that are in the picture or have something to do with it.
- **Don't forget the hashtags:** new fans will find you by the hashtags! Be generous with the hashtags but remember that they should match with the content of the post so that you don't create a misleading advertisement.
- **Periodicity:** contribute regularly, at least twice a week.
- **Shoot videos vertically:** Instagram is a network designed primarily for mobile phones, which we hold naturally in our hands in the vertical position.

## YouTube

Ξεκινήσατε την έρευνα με την ομάδα σας. Ίσως κάνετε έρευνα πεδίου, χαρτογραφώντας το μέρος που θέλετε να βελτιώσετε. Ίσως σχεδιάζετε ακριβώς πώς θα μοιάζει ο τόπος στο τέλος του έργου ή κάνετε συνεντεύξεις. Τραβήξτε το! Το YouTube είναι μια ιδανική πλατφόρμα για κοινή χρήση μεγαλύτερων αποτελεσμάτων της έρευνάς σας με τη μορφή βίντεο, το οποίο μπορείτε να χρησιμοποιήσετε στο άρθρο σας ή στο Instagram και στο Facebook.

YouTube is the second most popular social network ever. YouTube users watch up to a billion hours of videos every day. It is a social network for all ages but for users under the age of 17 it is the number one network. It is on YouTube where you can aim both at your peers and the general public at the same time. Το YouTube είναι το δεύτερο πιο δημοφιλές κοινωνικό δίκτυο. Οι χρήστες του YouTube παρακολουθούν έως και ένα δισεκατομμύριο ώρες βίντεο κάθε μέρα. Είναι ένα κοινωνικό δίκτυο για όλες τις ηλικίες, αλλά για χρήστες κάτω των 17 ετών είναι το νούμερο ένα δίκτυο. Στο YouTube όπου μπορείτε να στοχεύσετε ταυτόχρονα τόσο στους συνομηλίκους σας όσο και στο ευρύ κοινό.

- Δημιουργήστε έναν λογαριασμό YouTube μαζί με τους καθηγητές σας ή ζητήστε από τους εκπαιδευτικούς να δημιουργήσουν και να διαχειριστούν έναν λογαριασμό για εσάς
- Προσθέστε ένα βίντεο, θυμηθείτε ότι έχετε περίπου τρία δευτερόλεπτα για να προσελκύσετε τον θεατή
- Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το βίντεο επίσης στο Facebook, στο Instagram ή αργότερα στο άρθρο
- Δωρεάν προγράμματα επεξεργασίας για κινητά τηλέφωνα: FilmoraGo, Magisto, Adobe Premiere Clip, Cute CUT ...



## Twitter

Το Twitter είναι ιδανικό για γραπτές, συνοπτικές και σαφείς πληροφορίες σχετικά με τα τρέχοντα γεγονότα. Είναι ένα δίκτυο που χρησιμοποιείται κυρίως από την παλαιότερη γενιά μεταξύ 18 και 49 ετών. Το συνήθως χρησιμοποιούμενο hashtag που ταξινομεί το περιεχόμενο σύμφωνα με το θέμα (π.χ. ένα μεγάλο γεγονός, αθλητικό γεγονός, πολιτική υπόθεση) προέρχεται από αυτό το δίκτυο. Οι άνθρωποι, που ενδιαφέρονται για αυτό που κάνετε, θα σας βρουν χάρη στα hashtags. Το Twitter περιορίζει τη διάρκεια του μηνύματος, γεγονός που το καθιστά συγκεκριμένο. Η ανάρτηση δεν μπορεί να υπερβαίνει τους 280 χαρακτήρες. Μπορεί να φαίνεται περιοριστικό, αλλά η αλήθεια



είναι ότι είναι καλό να ακολουθείτε έναν παρόμοιο κανόνα και σε άλλα δίκτυα. Χρησιμοποιήστε ερωτήσεις και γεγονότα σε δημοσιεύσεις Twitter. Εάν γράψετε ένα tweet στα αγγλικά και προσθέσετε ετικέτα στον γενικό λογαριασμό twitter PULCHRA συμπεριλαμβάνοντας το @pulchra\_eu, ειδοποιεί το άτομο που τρέχει τον λογαριασμό και μπορεί να μοιραστεί αυτό το tweet στον λογαριασμό.

## Ανάρτηση

Έχετε τα πρώτα αποτελέσματα της έρευνας; Γράψτε μια σύντομη αναφορά για αυτό. Συνοψίστε τι έχετε βρει και τι έχετε μάθει. Μερικές παραγράφους και αρκετές φωτογραφίες. Ακόμα και όταν γράψετε στο blog, ακολουθήστε τα δέκα βήματα για τη σύνταξη μιας αναφοράς. Οι αναρτήσεις ιστολογίου είναι συνήθως πιο χαλαρές. Μπορείτε να τους προσφέρετε περισσότερα από τα συναισθήματα, τις σκέψεις και τις ιδέες σας. Επιπλέον, κανείς εδώ δεν περιμένει να είστε 100% αντικειμενικός. Το ιστολόγιο χρησιμεύει για την προώθηση της δραστηριότητάς σας, του κοινού έργου στην τάξη. Μην φοβάστε να δείξετε στην ανάρτηση ή να ευχαριστήσετε άτομα που σας βοήθησαν με το έργο. Σε αντίθεση με τα κανονικά μηνύματα, μπορείτε να απευθυνθείτε στους αναγνώστες στο ιστολόγιό σας. Προσκαλέστε άτομα να συμμετάσχουν στο έργο σας, να διαγωνιστείτε για αυτούς, να τους ζητήσετε βοήθεια ή να τους παραπέμψετε σε σημαντικά έγγραφα που ανακαλύψατε κατά τη διάρκεια της εργασίας σας στο έργο.

Στείλτε τυχόν αναρτήσεις ιστολογίου που γράψετε στους συντονιστές του έργου PULCHRA στη χώρα σας (μπορείτε να τις γράψετε ακόμα και αν δεν έχετε ιστολόγιο στον ιστότοπο του σχολείου σας). Μερικά από τα καλύτερα blogs θα βγουν στον συνολικό ιστότοπο PULCHRA για να δουν όλες οι χώρες.

## Δελτίο τύπου

Διοργανώνετε εσείς και η ομάδα σας μια εκδήλωση όπου θα παρουσιάσετε τα αποτελέσματά σας σε άλλους; Ή καταλάβατε κάτι σημαντικό; Έχετε λάβει τελικά μια απάντηση στις ερωτήσεις σας από τον δήμαρχο ή τον ιδιοκτήτη της γης που θέλετε να βελτιώσετε; Τότε ήρθε η ώρα για ένα δελτίο τύπου! Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε ένα δελτίο τύπου για να ενημερώσετε τα μέσα ενημέρωσης ότι έρχεται ένα ενδιαφέρον γεγονός ή ότι έχετε βρει κάτι που τους ενδιαφέρει. Μην φοβάστε να γράψετε ένα δελτίο τύπου και να το στείλετε στα τοπικά μέσα! Εάν τραβήξετε την προσοχή τους, μπορεί να γράψουν για την εκδήλωσή σας. Ένα άρθρο στη σχολική εφημερίδα σας θα είναι επίσης υπέροχο!

**Πώς πρέπει να είναι ένα δελτίο τύπου;**

Όταν γράψετε ένα δελτίο τύπου, είναι πάντα καλό να σκεφτείτε για ποιον γράψετε. Γράψετε ένα δελτίο τύπου για γονείς, δασκάλους ή το ευρύ κοινό; Ποιος θα μπορούσε να ενδιαφέρεται για την αναφορά; Επιλέξτε το στυλ γραφής σας ανάλογα.

**Τίτλος:** πρέπει να είναι πιασάρικος και να προσελκύει την προσοχή.

**Έδρα:** στην αρχή του μηνύματος γράψτε τον τόπο από τον οποίο προέρχεται και την ημερομηνία κυκλοφορίας

**Η πρώτη πρόταση:** συχνά αποφασίζει εάν οι δημοσιογράφοι θα διαβάσουν καθόλου την έκθεση. Τα πιο σημαντικά πράγματα πρέπει να έχουν ήδη ενσωματωθεί στην πρώτη πρόταση. Απαντήστε στις ερωτήσεις: Τι; Ποιοι? Πότε? Που? Πως? Γιατί; Ιδανικά με αυτή τη σειρά.

**Περιγραφή** - δώστε στον αναγνώστη σας ένα πλαίσιο. Τι είδους εκδήλωση ήταν; Τι είδους έρευνα είναι αυτή;

**Παράθεση** - ξεκινήστε με αποσπάσματα από απλούς ανθρώπους - πώς τους επηρεάζει το πρόβλημα; Στη συνέχεια, προσθέστε ένα απόσπασμα από έναν οργανισμό / ίδρυμα / υπεύθυνο άτομο ή κάποιον από την ερευνητική ομάδα.

**Πρόσκληση:** προσκαλέστε αναγνώστες / δημοσιογράφους να δουν τον ιστότοπό σας για περισσότερες πληροφορίες - δώστε έναν σύνδεσμο για το κείμενο.

**Πρόσθετες πληροφορίες:** μην ξεχάσετε να παράσχετε πληροφορίες σχετικά με τον οργανισμό / το σχολείο σας (πότε ξεκίνησε, πώς έφτασε στο έργο, πού βρίσκεται ...), καθώς και πληροφορίες σχετικά με το συνεργαζόμενο ίδρυμα ή πληροφορίες σχετικά με το έργο PULCHRA γενικά.

**Επικοινωνία:** κάθε δελτίο τύπου περιλαμβάνει στο τέλος έναν υπεύθυνο επικοινωνίας για να κάνουν ερωτήσεις οι δημοσιογράφοι. Πρέπει να είναι κάποιος που απαντά πάντα στο τηλέφωνο και έχει καλή γνώση των ερευνητικών αποτελεσμάτων και των δραστηριοτήτων άλλων μελών της ομάδας.



### Τι να κάνετε με ένα δελτίο τύπου;

Στείλτε το δελτίο τύπου στα τοπικά μέσα ενημέρωσης που εστιάζουν σε θέματα όπως η εκπαίδευση ή η προστασία του περιβάλλοντος (μπορεί να είναι για παράδειγμα τοπικές εφημερίδες ή περιοδικά). Ο καλύτερος τρόπος είναι να επικοινωνήσετε με έναν συγκεκριμένο δημοσιογράφο που ασχολείται με το θέμα σας - είτε πρόκειται για εκπαίδευση, αειφόρο πολεοδομικό σχεδιασμό ή για το περιβάλλον. Κάντε επαφές μεταξύ δημοσιογράφων.

Εκτός από το ίδιο το δελτίο τύπου, είναι επίσης σημαντικό να γράψετε ένα ελκυστικό και συνοπτικό κείμενο στο email που στείλατε στους δημοσιογράφους μαζί με το δελτίο τύπου. Θα πρέπει να αναφέρετε στο email ότι πρόκειται για δελτίο τύπου για το μαθητικό έργο του σχολείου σας. Παρουσιάστε την τάξη σας και συνοπτικά επίσης το έργο στο οποίο εργάζεστε. Θα πρέπει επίσης να αναφέρετε ότι θα είστε πολύ χαρούμενοι για την υποστήριξή τους.

Μπορείτε επίσης να δημοσιεύσετε το δελτίο τύπου στον ιστότοπό σας ή στο σχολικό περιοδικό.

Εάν λάβετε κάλυψη στα μέσα ενημέρωσης, ενημερώστε τους συντονιστές του έργου PULCHRA ώστε να μπορούν να μοιραστούν και να διαδώσουν την κάλυψη.

## Άρθρα ενημερωτικών δελτίων

Κάθε μήνα σκεφτείτε τις πιο ενδιαφέρουσες παρατηρήσεις που έχετε εσείς και η ομάδα σας. Συνοψίστε κάθε επιτυχία σε μια παράγραφο και επισυνάψτε ιδανικά μια εικόνα. Αυτές οι παράγραφοι θα είναι χρήσιμες σε ένα ενημερωτικό δελτίο που ενημερώνει τους θαυμαστές του έργου σας για την πρόοδό σας. Στη συνέχεια, στείλτε το κείμενο μαζί με την εικόνα στους συντονιστές του έργου PULCHRA. Αυτές οι παράγραφοι μπορούν επίσης να είναι χρήσιμες ως δημοσιεύσεις στο Facebook! Εάν προσθέσετε ετικέτα στην ανάρτησή σας στο έργο PULCHRA Facebook account @ PULCHRA.ScienceInTheCity, μπορεί επίσης να φέρει περισσότερους θαυμαστές στο Facebook σας.

## ΔΕΚΑ ΚΑΝΟΝΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΑΣΦΑΛΕΙΑ

### 1. Τραβήξτε τις φωτογραφίες σας

Οι εύκολα προσβάσιμες φωτογραφίες όλων των ειδών στο Διαδίκτυο μας προσελκύουν να τις χρησιμοποιήσουμε στο άρθρο μας ή στο Facebook. Δεν είναι όμως τόσο απλό. Κάθε εικόνα, φωτογραφία, γράφημα ή γραφήματα έχει τον συντάκτη της. Οι εικόνες υπόκεινται σε πνευματικά δικαιώματα και επομένως μπορείτε να τις χρησιμοποιήσετε μόνο με την άδεια του συγγραφέα ή εάν αγοράσετε άδεια. Δεν αρκεί να αναφέρετε ειλικρινά τη σελίδα όπου βρήκατε την εικόνα. Η λύση δεν είναι ούτε η περικοπή ή η περιστροφή της εικόνας. Εάν χρησιμοποιείτε μια φωτογραφία παράνομα, μπορεί να σας ταλαιπωρηθείτε με την επιβολή μεγάλου προστίμου. Είναι επομένως καλύτερο εάν μπορείτε να τραβήξετε μια φωτογραφία μόνοι σας. Επιπλέον, οι φωτογραφίες κάποιου είναι συνήθως πιο ενδιαφέρουσες, ενημερωμένες και συχνά ακόμη και καλύτερης ποιότητας από τις φωτογραφίες που μπορείτε να βρείτε στο Διαδίκτυο.



## 2. Ο κανόνας της γιαγιάς

"Αν φοβάστε να δείξετε μια ανάρτηση στη γιαγιά σας ώστε να μην λιποθυμήσει, σίγουρα δεν ανήκει στο Διαδίκτυο." (Dočekal a kol., 2019:32).

## 3. Προσέξτε τους ιούς

Το να πιάσετε έναν ιό στο Διαδίκτυο είναι τόσο εύκολο - μερικές φορές δεν είναι καν δικό σας λάθος. Γι' αυτό είναι σημαντικό να έχετε ένα πρόγραμμα προστασίας από ιούς στον υπολογιστή σας και ιδανικά και στο κινητό σας τηλέφωνο. «Γνωρίζετε ότι έχετε έναν ιό όταν ο υπολογιστής είναι αργός, τα παράθυρα αναδύονται, υπάρχει τεράστιος αριθμός διαφημίσεων που δεν ήταν ποτέ εκεί, τα παράθυρα δεν μπορούν να κλείσουν, η σύνδεση στο Διαδίκτυο είναι συνεχώς φραγμένη και δεν μπορείτε να κάνετε τίποτα. Ορισμένα προγράμματα ενδέχεται να μην ξεκινούν καθόλου. Ο υπολογιστής ενδέχεται να σταματήσει να αποκρίνεται και ένα μήνυμα σχετικά με μια επίθεση ιών και ότι πρέπει να πληρώσετε λύτρα μπορεί να εμφανιστεί στην οθόνη. Σε μια τέτοια περίπτωση είναι απαραίτητο να κάνετε μια πλήρη σάρωση με ένα πρόγραμμα προστασίας από ιούς» (Dočekal a kol. 2019: 33-34). Η πρόληψη περιλαμβάνει το μη άνοιγμα συνημμένων email από άγνωστους αποστολείς, την αποφυγή κλικ σε άγνωστους συνδέσμους και την προσοχή κατά τη λήψη δωρεάν παιχνιδιών ή άγνωστων προγραμμάτων

## 4. Μην πιστεύετε ψεύτικες ειδήσεις

Τα ψεύτικα νέα ή οι μη επαληθευμένες, παραπλανητικές και μερικές φορές εντελώς ψευδείς ειδήσεις, μπορούν να κάνουν την εύρεση νέων πληροφοριών για το άρθρο σας πολύ δυσάρεστη και αργή. Είναι η ταχύτητα των σημερινών ειδήσεων που συχνά προκαλούν τη διάδοσή τους. Υπάρχουν διάφοροι κανόνες για να αποφύγετε τη σύλληψη.

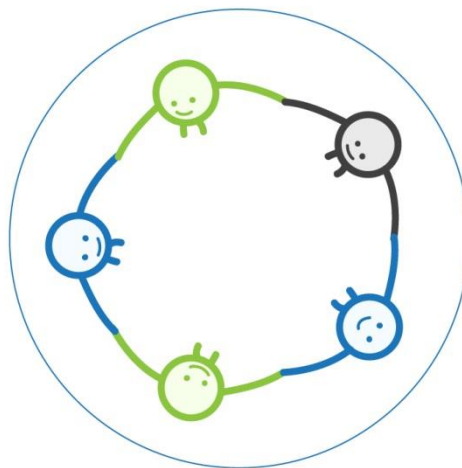
- ✓ **Δώστε προσοχή στις πηγές.** Εάν δεν υπάρχουν πηγές στο κείμενο, αυτό σημαίνει ότι ο συγγραφέας είτε δεν τις βρήκε είτε δεν τις έψαχνε και απλώς συνέταξε την ιστορία. Σε μια τέτοια περίπτωση είναι καλό να κάνετε αναζήτηση σε άλλες πύλες ειδήσεων και να επαληθεύσετε τις πληροφορίες ακόμη και σε ξένες πηγές. Σε τελική ανάλυση, η επαλήθευση πληροφοριών είναι καλή ακόμη και αν το άρθρο περιέχει όλες τις

απαραίτητες λεπτομέρειες. Διαφορετικοί δημοσιογράφοι μπορούν να σας δείξουν διαφορετικές απόψεις για ένα συγκεκριμένο θέμα. Παρατηρήστε επίσης ποιος είναι ο συντάκτης του άρθρου και σε ποιον ιστότοπο ή πύλη ειδήσεων βρήκατε το κείμενο. Τα ταμπλόιντ δεν αποτελούν καλή βάση για την έρευνά σας. Εάν ο συγγραφέας δεν αναφέρεται στο άρθρο, θα πρέπει επίσης να είστε προσεκτικοί.

- ✓ Μην ξεχνάτε ότι **τίποτα δεν είναι ασπρόμαυρο** και αν ένα άρθρο ισχυρίζεται κάτι διαφορετικό, είναι και πάλι λόγος για προσοχή. Ο συγγραφέας του άρθρου άφησε χώρο για άλλες φωνές; Τι θα έλεγε η αντιπολίτευση στο θέμα;
- ✓ Επίσης, προσέξτε τις **ψευδείς αρχές**. Μπορούμε επίσης να το δούμε στα μέσα ενημέρωσης όταν οι δημοσιογράφοι εξοικονομούν χρόνο και χρησιμοποιούν κλισέ αντί να αναζητούν συγκεκριμένους πόρους: λένε οι επιστήμονες. Αλλά τι επιστήμονες; Από ποιο ινστιτούτο; Ζητά ένας περίεργος αναγνώστης. Μπορούμε επίσης να θεωρήσουμε ως ψευδείς αρχές αυτές τις πηγές που φαίνονται αξιόπιστες αλλά δεν έχουν την εξουσία να μιλήσουν για το συγκεκριμένο θέμα.
- ✓ Οι πλαστογράφοι ειδήσεων δεν φοβούνται **να χειραγωγήσουν εικόνες και γραφήματα** αλλά και **τα συναισθήματά μας**. Τα γραφικά προγράμματα μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την τροποποίηση εικόνων με τέτοιο τρόπο ώστε να αλλάζουν εντελώς τη σημασία τους. Παρομοίως, οι περισσότεροι τίτλοι του άρθρου, ακόμη και σε σοβαρά μέσα, έχουν ένα ταμπλόιντ τόνο να τραβήξουν την προσοχή ενός αναγνώστη. Εάν ένα άρθρο προκαλεί έντονα συναισθήματα μέσα σας, σκεφτείτε το περιεχόμενό του κριτικά και μάλλον ελέγξτε το.

## 5. Είμαστε μαζί σε αυτό

Ας είμαστε τουλάχιστον μερικές φορές μαζί σε δίκτυα, καθηγητές και μαθητές, γονείς και παιδιά. Σε μια κοινότητα, είναι πιο εύκολο να ανακαλύψετε τι είναι ψέμα, τι υποκρισία, τι είναι αθώα διασκέδαση και τι είναι πραγματικά επικίνδυνο. Το να βρίσκεστε στην «ψηφιακή ζούγκλα» μαζί και να προειδοποιείτε ο ένας τον άλλο για τον κίνδυνο είναι μια καλύτερη λύση.



## 6. Μη ασφαλή Wi-Fi

Το δωρεάν διαθέσιμο wi-fi χωρίς σύνδεση και κωδικό πρόσβασης είναι ένας άλλος πειρασμός, ειδικά αν δεν έχετε συμπεριλάβει δεδομένα στο κινητό σας. Ωστόσο, είναι το μη ασφαλές Wi-Fi για το οποίο πρέπει να είστε πολύ προσεκτικοί. Ίσως κάποιος θέλει να σας δώσει δωρεάν πρόσβαση σε δεδομένα, αλλά είναι επίσης πιθανό να θέλει απλώς να φτάσει στο email σας, στο προφίλ σας στο Facebook ή ακόμα και στις διαδικτυακές τραπεζικές συναλλαγές σας. Ο δημιουργός ενός ψεύτικου wi-fi μπορεί να παρακολουθεί τη δραστηριότητά σας στο διαδίκτυο, τους ιστότοπους που επισκέπτεστε, τους κωδικούς πρόσβασης που χρησιμοποιείτε. Προσπαθήστε επίσης να αποφύγετε την αυτόματη σύνδεση του κινητού τηλεφώνου, του tablet ή του φορητού υπολογιστή σας σε ένα Wi-Fi. Να είστε εξαιρετικά προσεκτικοί κατά τη λήψη εφαρμογών και προγραμμάτων σε ένα άγνωστο Wi-Fi. Ένας άγνωστος χάκερ μπορεί να ωθήσει μια μολυσμένη μορφή ενός προγράμματος αντί της σωστής έκδοσής του. Ωστόσο, εάν γνωρίζετε τον πάροχο Wi-Fi, για παράδειγμα στο σπίτι κάποιου ή σε τρένο, μη διστάσετε να συνδεθείτε.

## 7. Τα προσωπικά στοιχεία δεν ανήκουν στο Διαδίκτυο

Σκεφτείτε διπλά πριν μοιραστείτε πληροφορίες όπως το κινητό σας τηλέφωνο, τη διεύθυνση ή την ηλικία σας. Όχι μόνο μπορούν οι εταιρείες να τις χρησιμοποιούν για στοχευμένη διαφήμιση, αλλά βάσει των προσωπικών σας δεδομένων στο διαδίκτυο, ένας ξένος μπορεί να φτάσει στο σπίτι σας, για παράδειγμα.

## 8. Ομοιόμορφες βάρδιες μεταξύ του χρόνου στο διαδίκτυο και άλλων δραστηριοτήτων

Ακόμα και αν ακολουθήσουμε όλους τους κανόνες ασφαλείας στα δίκτυα, ο κανόνας «όλα με μέτρο» ισχύει εδώ. Προγραμματίστε το χρόνο εργασίας σας εκ των προτέρων και κάντε λίγη άσκηση μετά ή χαλαρώστε περπατώντας με το σκυλί σας ή κάνοντας αθλήματα σε ένα πάρκο. Εάν ξοδεύουμε πάρα πολύ χρόνο στο Διαδίκτυο, μπορούμε να δημιουργήσουμε έναν εθισμό σε αυτό. Δεν γνωρίζουμε ακόμη τις συνέπειες της μπλε ακτινοβολίας από τις οθόνες, τελικά, είναι μαζί μας για πολύ σύντομο χρονικό διάστημα. "Ωστόσο, τα πρώτα αποτελέσματα υπονοούν ότι πρέπει να περιορίσουμε την ακτινοβολία - απενεργοποιώντας το Wi-Fi για τη νύχτα, να μην κοιμόμαστε με κινητό τηλέφωνο από το κεφάλι σας και τρέχουμε στη φύση." (Dočekal, 2019: 21).

## 9. Προσέξτε την ρητορική μίσους

Το Διαδίκτυο μας έδωσε ελευθερία, γρήγορη πρόσβαση σε πληροφορίες, αλλά και ένα συγκεκριμένο επίπεδο ανωνυμίας. Για πολλούς ανθρώπους είναι πιο εύκολο να **χύνουν τις καρδιές τους στο διαδίκτυο** από ένα ασφαλές μέρος πίσω από την οθόνη τους από το να λένε τη γνώμη τους στα μάτια κάποιου άλλου. Αυτό συχνά οδηγεί σε περιττά επιχειρήματα και συναισθήματα. Απλώς προσπαθήστε να ενεργήσετε στο διαδίκτυο με τον ίδιο τρόπο σαν να συμπεριφέρεστε σε άτομα που συναντάτε στο δρόμο. Θυμηθείτε τα βασικά της κοινής αξιοπρέπειας και μην συμβάλλετε στη διάδοση μίσους σχολίων.

## 10.Εμπειρία, κοινή χρήση αργότερα

Μερικές φορές ξεχνάμε ακόμη και να απολαύσουμε γεγονότα ζωής, επειδή θέλουμε να τα μοιραστούμε με τους φίλους μας σε δίκτυα. Απολαύστε τη μαγεία της στιγμής πρώτα και μοιραστείτε μόνο τότε. Θα δείτε ότι δεν θα συμβεί τίποτα εάν μοιραστείτε την ανάρτησή σας λίγες ώρες αργότερα ή την επόμενη μέρα.

#BeSafe: άλλες πηγές στα αγγλικά:

- Security on the Internet <https://www.youtube.com/watch?v=HxySrSbSY7o>
- Online safety for younger children <https://www.youtube.com/watch?v=aMSHtE42mmI>
- TEDtalk “How to be safe online, from a young person”  
<https://www.youtube.com/watch?v=hV1sigh6WKA>
- Reading news online  
<https://www.youtube.com/watch?v=IwptAak6Vho&list=PL8TjVyuBdsCnTZiAYcQcF4v-6dw0nIRJm&index=7>

## Βιβλιογραφία:

DOČEKAL, Daniel, Jan MÜLLER, Anastázia HARRIS a Luboš HEGER. *Dítě v síti: manuál pro rodiče a učitele, kteří chtějí rozumět digitálnímu světu mladé generace*. 1. Praha: Mladá fronta, 2019.

Flowee. ISBN 978-80-204-5145-3.

FEE MANUAL: Storytelling and Social Media. *Foundation for Environmental Education* [online].

Copenhagen, Denmark: 2019 [cit. 2020-07-18]. Dostupné z:

<https://my.visme.co/projects/76oe9vmy-fee-media-guide>

KOLOMAZNÍKOVÁ, Eliška. Nahlížení českých novinářů na pracovníky PR jako na informační zdroj. Praha, 2017. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd. Vedoucí práce Václav Moravec.

KŘIVÁNKOVÁ, Kateřina, Josefína KNOLLOVÁ a Marijana ŠUTOVÁ. PRŮVODCE PO SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH. In: *Zvol si info* [online]. Brno: Zvol si info z.s., Nadační fond Avast, 2019 [cit. 2020-07-18].

Dostupné z: [https://zvol.si.info/app/uploads/2020/01/zvol\\_si\\_brozura\\_digitalni.pdf](https://zvol.si.info/app/uploads/2020/01/zvol_si_brozura_digitalni.pdf)

SVOBODOVÁ, Lenka. Novináři mění svět. „Solutions journalism není aktivismus, ale hledání cest k řešení problémů,“ říká děkan. *IROZHLAS* [online]. Praha: Český rozhlas, 2020, 4. 6. 2018

[cit. 2020-07-18]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/spolecnost/solution-journalism-dobra-vule-novinari\\_1806041315\\_dp](https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/spolecnost/solution-journalism-dobra-vule-novinari_1806041315_dp)





## ΔΕΚΑ ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΝΑ ΓΡΑΨΕΤΕ ΜΙΑ ΕΚΘΕΣΗ

- 1) Επιλέξτε ένα τρέχον θέμα που είναι σημαντικό για εσάς και πιστεύετε ότι είναι επίσης σημαντικό για τους μελλοντικούς αναγνώστες σας
- 2) Ξεκινήστε με την αναζήτηση, αντλήστε από πρωτογενείς και δευτερεύουσες πηγές
- 3) Δημιουργήστε ένα σύνολο ερωτήσεων ως πυλώνες της συνέντευξής σας
- 4) Βγείτε στο πεδίο, να είστε περίεργοι, προσεκτικοί και μην φοβάστε να αντιμετωπίσετε τους ερωτηθέντες
- 5) Μην ξεχάσετε τις φωτογραφίες! Προσαρμοσμένη και καλής ποιότητας. Θα πρέπει να υπάρχει κάποια δράση στην εικόνα και ένα άτομο (μην ξεχάσετε να ζητήσετε άδεια για τη χρήση της εικόνας)
- 6) Εμπιστευτείτε, αλλά... επιστρέψτε στην αναζήτηση - επαληθεύστε τις πληροφορίες από το πεδίο και τοποθετήστε τις στο πλαίσιο
- 7) Ξεκινήστε να γράφετε. Ξεκινήστε με μια ιστορία που προσελκύει τον αναγνώστη στην πλοκή και συνεχίστε με τα γεγονότα και τις πληροφορίες
- 8) Εναλλακτικές παραγράφους πληροφοριών και αφήγησης
- 9) Δημιουργήστε έναν ελκυστικό, εντυπωσιακό, αλλά αληθινό τίτλο. Τοποθετήστε στο κείμενο υπότιτλους
- 10) Μην ξεχάσετε να ξαναδιαβάσετε το κείμενο



## ΔΕΚΑ ΚΑΝΟΝΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΑΣΦΑΛΕΙΑ

1. Τραβήξτε τις φωτογραφίες σας
2. Ο κανόνας της γιαγιάς
3. Προσέξτε τους ιούς
4. Μην πιστεύετε ψεύτικες ειδήσεις
5. Είμαστε μαζί σε αυτό
6. Μη ασφαλές wi-fi
7. Οι προσωπικές πληροφορίες δεν ανήκουν στο διαδίκτυο
8. Ομοιόμορφες βάρδιες μεταξύ χρόνου στο διαδίκτυο και άλλων δραστηριοτήτων
9. Προσέξτε την ρητορική μίσους
10. Εμπειρία, κοινή χρήση αργότερα





## ΕΤΟΙΜΑΖΕΣΤΕ ΝΑ ΓΥΡΙΣΕΤΕ ΒΙΝΤΕΟ;

Πριν ξεκινήσετε τη μαγνητοσκόπηση:

- ✓ Βεβαιωθείτε ότι βρίσκεστε σε ένα ήσυχο και ανενόχλητο μέρος.
- ✓ Βεβαιωθείτε ότι δεν βρίσκεστε ενάντια στο φως.
- ✓ Βεβαιωθείτε ότι η εικόνα είναι εστιασμένη.
- ✓ Καταγράψτε τον ήχο ξεχωριστά σε κινητό τηλέφωνο (δεύτερο) ή συσκευή εγγραφής φωνής ή βεβαιωθείτε ότι στέκεστε κοντά στο άτομο που γυρίστηκε.
- ✓ Χρησιμοποιήστε ένα τρίποδο για να αποτρέψετε την ανακίνηση της εικόνας. Ενεργοποιήστε έναν ενσωματωμένο σταθεροποιητή στο τηλέφωνό σας.
- ✓ Τραβήξτε το βίντεο στο YouTube οριζόντια, αλλά το βίντεο στο Instagram και στο Facebook κάθετα.
- ✓ Μην χρησιμοποιείτε το ψηφιακό ζουμ. Καλύτερα να πάτε πιο κοντά στη σκηνή.
- ✓ Ρυθμηθείτε ότι έχετε περίπου τρία δευτερόλεπτα για να προσελκύσετε τον θεατή.
- ✓ Προσθέστε υπότιτλους στο βίντεό σας.

