

kriterijumi za ocjenjivanje

Međunarodni (preporučujući) kriterijumi žirija koji mogu da se primjene u potpunosti ili djelimično prilagode.

Žiri dodeljuje ocjenu od 0 do 3 po više kriterijuma. Poeni se daju na sljedeći način: 3-odlično; 2-dobro; 1-dovoljno i 0-ne zadovoljava.

Sljede pitanja koja pomažu članovima žirija u ocjeni radova, ali i autorima u pripremi radova:

Kompozicija (struktura i kvalitet)

- Da li je rad (članak ili video) dobro strukturiran i da li daje odgovore na pitanja: ko, šta, gdje, kako i zašto?
- Da li (članak ili video) ima početak, sredinu i kraj?
- U slučaju fotografije i video zapisa, da li je slika/video tehnički i umjetnički dobro urađen, tj. da li je dobro komponovan, visoke rezolucije i efektan?

Pravedno, balansirano i objektivno izvještavanje

- Da li je rad (članak ili video) balansiran i pravedan u pogledu predstavljanja različitih strana argumenta prije nudenja potencijalnog rješenja?
- Da li navodi (koristi) stvarne, pouzdane izvore / mišljenja?
- Da li je naučno ili statističko izvještavanje precizno i da li sadrži izvore ili fusnote?
- U slučaju fotografije ili video zapisa, da li je predstavljanje pravedno, tj. tema ili publika nisu izmanipulisani?

Informativno i dobro istraženo

- Da li obuhvata relevantne istorijske, ekonomske, društvene i / ili političke implikacije i moguće posljedice?
- Da li pravi vezu sa, širom, globalnom slikom?
- Da li predstavlja više mogućih rješenja?
- Da li je predloženo rješenje realno, dobro objašnjeno i opravdano?
- Da li se o upotrebi ilustracija, fotografija, grafikona, pratećih paragrafa („antrfilea“), podnaslova itd. dobro razmislilo?

Originalnost, stil i nezavisnost

- Da li je rad originalan po svom opsegu i stilu, odnosno da li je učesnik izabrao izazovnu temu ili stvorio inovativan rad ili rad koji pokreće?
- Da li je učesnik napuštao školsko dvorište odnosno radio na terenu i intervjuisao ljude lično ili preko telefona, a ne samo koristio ili citirao onlajn izvore?
- Da li je zauzet pozitivan pristup tj. da li se koncentrisao na rješenja, a ne samo probleme?

Saradnja mladih eko-reportera iz drugih zemalja u razmjeni informacija i pripremi radova nije obavezujuća, ali će biti podržana od strane žirija.

mladi.ekoreporter@gmail.com

WRIGLEY

sponzor
2012/13

Company Foundation

Fondacija kompanije Wrigley ima za cilj unapredjenje zdravlja ljudi i naše planete kroz inicijative održivog razvoja. Od svog osnivanja 1987. godine do danas, fondacija je donirala više od 50 miliona dolara nevladinim i dobrotvornim organizacijama za unapredjivanje uslova života u svijetu.

Kompanija Wrigley je lider u proizvodnji široke palete slatkša uključujući žvakaće gume, karamele, bombone i lizalice. Kompanija ima svoje pogone u više od 40 zemalja koji se distribuiraju u više od 180 zemalja na planeti.

OSNOVNE TAKMIČARSKE KATEGORIJE MLADIH EKOREPORTERA

■ Šta je ekološki članak?

Članak se piše kratko i jasno, a jedna stranica bi bila idealna. Članak ne smije da sadrži više od 1000 riječi i može sadržati ilustracije, grafikone i fotografije. Mora biti naveden izvor svih ilustracija koje nisu originalne.

Preporučuje se da naslov ne sadrži više od 140 karaktera, radi kompatibilnosti sa Twitter-om.

Članak mora biti napisan na bazi naučnih podataka, a tema jasno vezana za životnu sredinu.

Članak mora biti poslat elektronski u Word-u ili PDF formatu sa pratećim fotografijama, a prema smjernicama za fotografije.

■ Šta je ekološka fotografija?

Moguće je prijaviti jednu fotografiju ili seriju fotografija do 12 fotografija (foto priča). Fotografija mora da prikaže temu vezanu za životnu sredinu i mora biti kvalitetna.

Fotografije moraju da imaju naslov (poželjno je ne više od 140 karaktera), kao i kratak tekst ne duži od 150 riječi koji objašnjava vezu sa ekološkom održivošću i/ili rješenje problema. Tekst mora biti naučno utemeljen i stilski oblikovan.

Fotografije poslati elektronski u jpg, png, tif ili gif formatu, a idealno je da su konvertovane u pdf format visoke rezolucije, sa rezolucijom ne manjom od 150-300 dp.

■ Šta je ekološki video zapis?

Video zapisi ne smiju biti duži od 3 minuta i moraju biti napravljeni u dokumentarnom stilu ili reporterskom stilu/stilu intervjua.

Video mora imati naziv (poželjno je ne više od 140 karaktera).

Format mora biti kompatibilan za YouTube, odnosno: 1) WebM - Vp8 video kodec i Vorbis Audio kodec; 2) MPEG4, 3GPP i MOV - obično podržava h264, mpeg4 video kodec, i AAC audio kodec; 3) AVI - mnoge kamere daju ovaj format - video kodec je obično MJPEG, a audio kodec je PCM; 4) MPEGPS - obično podržava MPEG2 video kodec i MP2 audio; 5) WMV; 6) FLV - Adobe-FLV1 video kodec, MP3 audio

www.mladi-ekoreporter.org.me

nacionalni koordinator: Saša Karajović (069 05 05 44) sasha.karajovic@gmail.com
Benova 36, 85 330 Kotor IT podrška: Petar Đurić, logistika: Janko Poček

NEWSLETTER

2013



u ovom broju:

- osnovne takmičarske kategorije mladih ekoreportera
- dodatni savjeti za pripremu članaka, fotografija i videa
- kriterijumi za ocjenjivanje radova na konkursu

Vizija Fondacije za ekološku edukaciju je da se u sklopu svih 5 programa promoviše znanje o životnoj sredini, aktivno učešće i pozitivan pristup, pa su ti principi ugrađeni u Program Mladih ekoreportera:

- znanje o životnoj sredini (razumjevanje lokalnih ekoloških problema sa globalnim pristupom)
- aktivno učešće (aktivan a ne pasivan pristup, razvoj znanja i umeća, timski rad)
- pozitivan pristup (istraživanje problema i rješenja).

Kodeks novinarske struke

Novinari snose veliku odgovornost prema čitaocima. Informacija vrlo lako može biti prosvjetljujuća ili pak da navede čitaoca na pogrešan put. Rad mora poštovati osnovna pravila novinarske struke, te imati naučni pristup temi koju obrađuje.

Da biste to postigli:

- budite nezavisni: izložite različite stavove o temi koja se obrađuje posebno ona potpuno oprečna, pa čak i ona koja uzrokuju konflikte između zainteresovanih strana. Ukoliko želite sa izrazite svoje mišljenje učinite to odvojeno od samog članka (na primjer uokvireno na kraju članka ili u nekom sličnom obliku)
- dokažite svoje tvrdnje: poduprite svoj članak podacima iz nezavisnih izvora (tablice, grafikoni, fotografije...)
- navedite izvor (i vrijeme) svakog podatka i citirajte svaku tvrdnju koju ste preuzeli iz nekog drugog izvora.

Ukoliko poštuju ova tri pravila, vaš će novinarski rad biti vjerodostojan i relevantan.

Mladi eko-reporteri (Young Reporters for the Environment) je jedan od pet programa Fondacije za ekološku edukaciju (FEE), koji je osmišljen za mlade od 12 do 21 godine.

EKOM - Udruženje za ekološki konsalting u Crnoj Gori, kao punopravni član FEE, od 2008. godine organizuje program Mladi eko-reporteri u našoj zemlji.

NACIONALNI OPERATER PROGRAMA
ecom
Udruženje za ekološki konsalting u Crnoj Gori

FOUNDATION FOR
ENVIRONMENTAL EDUCATION
FEE
www.youngreporters.org

dodatni savjeti za pisanje članka

Cilj novinara je da bude čitan. Stoga je zadatak Mladih ekoreporterera da uvjere čitaoca da pročita članak od početka do kraja. Čitaoc treba voditi kroz tekst i na kraju ga treba ostaviti s pozitivnim osjećanjem zbog informacija koje su u njemu pronašli.

■ Za koga se piše?

U školi ste stiče navika pisanja za profesore kojima je posao da pročitaju esej / seminarski rad u cjelini prije nego li ga ocijene. No kada se piše za čitaoc novina mora se pronaći način kako da im se privuče pažnja, jer oni nisu plaćeni da čitaju članke.

Zato novinari imaju vlastite metode pomoću kojih privlače pažnju čitalaca. Kada se piše članak treba misliti na svoje buduće čitaoc. Novinaru je, nakon istraživanja neke teme nedjeljama, materija postala vrlo poznata, no mnogi čitaoci se prvi put susreću sa tom tematikom. Zato treba pronaći sve pojmove, osobe ili mjesta koja nisu predstavljena te ih treba razjasniti.

■ Kako da se ilustruje članak?

Slika govori hiljadu riječi! Dugački opisi će članak činiti teško čitljivim, pa zato će ga svaka fotografija učiniti atraktivnijim i zanimljivijim. Ukoliko se pokušava nekome opisati pojava koju nikada prije nije vidio, biće puno lakše uz fotografiju.

Takodje, treba:

- koristiti kratke, jednostavne i precizne riječi
- naslov bi trebao biti atraktivan, komičan ili provokativan kako bi privukao pažnju čitalaca
- ne treba previše koristiti stručne riječi, naučnu ili tehničku terminologiju, jer nisu svi upoznati sa stručnim nazivima
- izbjegavati preveliku upotrebu brojeva: treba izabrati samo najznačajnije, više koristiti procenete, a ne apsolutne brojeve jer ih lakše uporediti

■ Pišite u kratkim rečenicama!

Ako želite da čitaoci zapamte vaše rečenice i dvadeset riječi je previše. Kako skratiti rečenice?

- izbacite sva ponavljanja, pridjeve i priloge koji ne daju nikakvo značenje rečenici
- najbolji način za pisanje kratkih rečenice je davanje samo jedne informacije u jednoj rečenici
- treba kombinovati duge i kratke rečenice, jer to tekstu daje ritam budite jasni! pišite u prezentu, originalno i sa dozom humora
- u tekst treba ubaciti citate, mišljenja drugih ljudi, dijelove intervjua...

■ Još nekoliko korisnih savjeta!

- ugao posmatranja problema mora biti jedan i nedvosmislen
- napravite izbor - previše informacija slabi ključnu ideju članka - neki prikupljeni podaci mogu biti i neupotrebljivi - pišući jezgrovito šalžete jaču poruku
- odgovorite na 6 ključnih pitanja (6 W rule) - ko (Who), šta (What), gdje (Where), kada (When), kako (hoW) i zašto (Why)
- složite informacije hijerarhijski prema ključnoj poruci (od najviše do najmanje značajnih,
- od najkonkretnijih do apstraktnih, od pojedinačnih do opštih, od aktuelnih do prošlih)
- ključna poruka uvijek mora biti na početku članka



dodatni savjeti za pripremu fotografija

Korisni savjeti za fotografiju ili foto-priče su:

- Snimak visoke rezolucije
- Fotografija treba da bude fokusirana
- Fotografija izbliza - ne uokvirivati
- Fotografija sa akcijom - budite kreativni i napravite prostora za pokrete
- Kratki opis koji pokriva "famozna" pitanja: ko, šta, gdje, zašto, kada i kako?



Fotografija može ispričati „hiljadu riječi“. Snažne fotografije sa kratkim objašnjenjem će privući čitaoc.

U foto priči ima više slika nego teksta. To je obično serija fotografija sa kratkim naslovima i/ili objašnjenjima.

Naslov takođe može pomoći da fotografija/e privuče čitaoca.

U kratkom uvodu, autor vrlo kratko objašnjava ko, šta, gdje, zašto, kada i ko. Opisi treba da pružaju više informacija a ne samo da opisuju fotografiju.

Fotografije (slike) mogu biti scene, slike iz blizine (detaljne fotografije) i portreti. Mogu se praviti iz različitih uglova kako bi istakle ne samo momenat ili činjenicu već i atmosferu, emocije i okruženje.

Novinar ne bi trebao da pita ljude da poziraju, već da fotografiše ljude koji se prirodno ponašaju.

Svaka fotografija bi trebala da ima jedan glavni stav ili poruku. Ovo ostavlja utisak. Ako se mnogo toga događa na fotografiji publika neće shvatiti poruku.

Editovanje fotografija je bitno (na pr. kropovanje ili kontrastiranje). Manipulisanje (dodavanje ili brisanje ljudi ili detalja) nije etičko novinarstvo.

ŠTA JE REPORTAŽA?

Reportaža je članak koji se bazira na mišljenju i iskustvu autora. Reportaža je popularna kod čitalaca ali je zahtjevnija novinaru za pisanje. Narator je osoba koja priča priču i opisuje situaciju koju je doživio. Iskustva svjedoka takođe mogu biti uključena. Ova iskustava mogu biti uključena kroz opisivanje ili putem direktnog govora. Korišćenjem sadašnjeg vremena možete da učinite da se čitalac osjeća kao da je dio priče, kao da je tu. Mogu se koristiti poetičniji i koloritniji izrazi, kao i neformalni jezik i sleng. Reportaža treba da sadrži poruku. Ovo može biti „poziv na akciju“ (npr. uključiti riječi koje podstiču čitaoca, slušaoca ili gledaoca).

■ Unaprijedite svoje pisanje!

Naslov treba da bude kratak i zanimljiv. Pokušajte da naslov sadrži 140 karaktera uključujući i znakove interpunkcije i razmake kako biste vi ili drugi mogli da ga tweetujete na Twitter-u sa linkom.

Neka cilj bude da prva rečenica ne sadrži više od 25 riječi i obezbijedi da pokriva sva pitanja: "ko, šta, gdje, kada, zašto i kako".

Ubacite direktnu izjavu nekoga koga ste intervjuisali u treći pasus. Ovo bi trebalo da naglasi, ali ne i da ponovi ono što ste već rekli, a može i da predstavi nešto novo.

Zapamtite, urednici skraćuju tekst odozdo prema gore i što je informacija važnija to bi prije trebala da bude podijeljena sa čitaocima.

Razmislite o korišćenju društvenih medija: Facebook, YouTube, blogovi...

dodatni savjeti za video radove

Sedam smrtnih kamkorder "grijevova"

1. "Lov na glave" - postavljanje svakog objekta u centar kadra.
2. Motor zoom - pretjerana upotreba zumiranja tokom snimanja.
3. Puštanje korijenja - stajanje na jednom mjesto umjesto traženja interesantnih uglova.
4. Šaranje - šetanje kamerom po cijelom kadru.
5. Stajanje - snimanje svega iz stojećeg položaja i sa nivoa očiju.
6. Snimanje na brzinu - snimanje svakog kadra svega dvije do tri sekunde.
7. Pozadinsko osvjetljenje - previše svjetlosti u pozadini umjesto na objekat snimanja.

Dobri videoradovi počinju dobrim snimcima kamere. Bez obzira koliko pažljivo planirate prilog ili bez obzira koliko marljivo izvršite editovanje, ne možete napraviti dobar video od loših snimaka.

Iznenadujuće je lako odraditi kvalitetno video snimanje, sve dok izbjegavajete sedam smrtnih "grijevova" rukovanja kamerom. Da li je svih sedam grehova rukovanja kamerom podjednako smrtno? Ne baš.

- Izbjegavajte šaranje i snimanje na brzinu i poboljšaćete svoje snimke od nečega što se ne može gledati do nečega što je pristojnog izgleda.
- Izbjegavajte "lov na glave" i pozadinsko osvjetljenje i završili ste sa statusom novajlije.
- Odbacite motor zoom, stajanje i džogiranje i otkrićete, a da i ne primijetite, da ste postali prilično vješt snimatelj.

Dvanaest korisnih savjeta za snimanje odličnih video snimaka

1. Koristite manuelni fokus ukoliko ga kamera ima.
2. Na svakom mjestu namjestite balansiranje bijele boje.
3. Kada snimate napolju, neka sunce bude iza vas.
4. Planirajte svoje snimanje.
5. Koristite stalak ili drugi uređaj za stabilizovanje snimka.
6. Za stabilno snimanje iz ruke, zamislite da je kamera puna šolja kafe.
7. Koristite zoom da bi napravili kadar. Izbjegavajte zumiranje dok snimate.
8. Pomjerajte kameru samo kada je neophodno.
9. Snimajte da bi editovali.
10. Neka prosječna dužina snimka bude između 5 i 10 sekundi.
11. Neka snimak bude miran (bez zumiranja i pomjeranja) barem 10 sekundi.
12. Dok snimate, budite što neprimjetniji kako bi najbolje uhvatili pravo ponašanje svog objekta.

Deset korisnih savjeta za snimanje odličnog audio snimka

1. Koristite eksterni mikrofoni ukoliko ga imate.
2. Neka mikrofoni budu blizu talenta.
3. Slušajte kroz slušalice dok snimate.
4. Neka pokreti ruku na kameri budu minimalni.
5. Koristite ručni mikrofoni za intervju sa ljudima na ulici.
6. U studiju koristite "lavali" mikrofoni ili „boom“ mikrofoni (mikrofoni na držaču).
7. Koristite bežični mikrofoni kako bi se izbjegla gnjavaža sa kablovima.
8. Mislite na audio snimak prilikom izviđanja lokacije.
9. Nemojte da pomjerate kablove od mikrofona dok snimate.
10. Izbjegavajte dugačke kablove kako bi minimalizovali smetnje.

