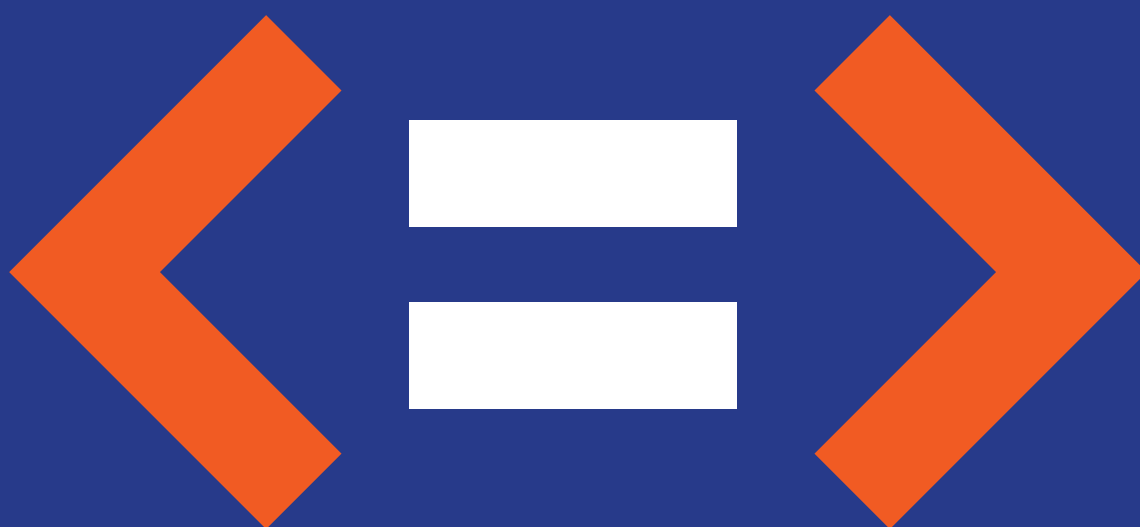


MENTORSTVO u medijima

Priručnik za novinare koji oblikuju
nove generacije medijskih profesionalaca



Beograd 2025.



Mentorstvo u medijima

Priručnik za novinare koji oblikuju nove generacije medijskih profesionalaca

Autorka: Vanja Đurić

Fondacija Ana i Vlade Divac

Beograd, 2025.

Priručnik je nastao u okviru aktivnosti koju sprovode Populacioni fond Ujedinjenih nacija (UNFPA) i Fondacija Ana i Vlade Divac kroz Projekat „Mladi za inkluziju, jednakost i poverenje” u saradnji sa Programom Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP), UNESCO i UN Women, a uz finansijsku podršku Fonda za izgradnju mira generalnog sekretara UN-a.

Stavovi izraženi u ovoj publikaciji su stavovi autora/ki i ne predstavljaju nužno stavove UNFPA, Ujedinjenih nacija niti bilo koje od pridruženih organizacija.



I UVOD	5
• O priručniku	5
• Uloga i značaj mentorstva u novinarstvu	6
II MENTORSTVO – PRINCIPI I PRAKSA	8
• Šta je mentorstvo?	8
• Šta sve jedan mentorski proces zapravo čini mentorskim?	9
• Zašto je mentorstvo važno	9
• Uloge i odgovornosti mentora i mentija	9
• Pre-mentorstvo	11
• Komunikacija između mentora i mentija	12
• Definisanje cilja	12
• Analitički alati u mentorstvu	15
• Skills scan (Procena veština)	18
• Upravljanje vremenom mentija	19
• Merenje uspeha i zatvaranje mentorskog procesa	20
• Mentorstvo - učenje, vođenje i put do novih prilika	21
III MENTORSTVO U REDAKCIJI /	
FAZE RADA I KONCEPTI SAVREMENOG NOVINARSTVA	22
• Definisanje teme	22
• Priprema za realizovanje zadate teme	24
• Realizacija medijskog proizvoda ili kampanje	25
• Dodatna provera činjenica i finalizacija	26
IV KONTEKST I PRISTUPI U SAVREMENOM NOVINARSTVU	28
• Novinarske finese – storytelling	28
• Narativ kao dodatna dimenzija priče	31
• Zašto su važni narativi?	32
• Konstruktivno novinarstvo - Solution journalism	32
V ZAKLJUČAK	35
• Mentorstvo kao put zajedničkog rasta	35
VI RESURSI	36
• Preporučeni priručnici, materijali i alati	36
• Lista važnih termina	37
Biografija autorke priručnika	39

O priručniku

Mentorstvo u medijima nije uobičajena praksa niti je institut koji je u medijskim organizacijama i kompanijama prepoznat kao važan. Mladim novinarima i novinarkama nudi se praksa u medijima, ali to neretko znači da su zapravo prepušteni sami sebi, da zapravo nemaju mentore niti postoje mentorske procedure koje definišu njihovo učenje novinarskog posla i na osnovu kojih može da se izmeri njihov napredak i oceni uspešnost.

Kako bi se uvela i dalje unapredila praksa mentorstva u redakcijama i medijskim organizacijama, kreiran je ovaj priručnik koji može da služi i mentorima – iskusnim medijskim profesionalcima – i mentijima, odnosno početnicima ili manje iskusnim osobama, kao vodič kroz ceo mentorski proces.

Međutim, alati koje sadrži priručnik mogu biti od pomoći i novinarima seniorima u pogledu samoprocene i unapređenja efikasnosti.

Mentorski priručnik koji je pred vama osmišljen je tako da uz pomoć njega mentori i mentiji lakše mogu da uspostave osnovne principe mentorskog odnosa, a tu su i korisni alati zahvaljujući kojima i mentori i mentiji mogu lakše da savladavaju svaku fazu mentorstva.

U prvom delu priručnika nalaze se konkretne smernice o tome kako biti uspešan i efikasan, i mentor i mentij. Poseban resurs priručnika je set alata neophodan za mentorski proces.

Drugi deo priručnika posvećen je mentorstvu u okviru medija i medijskih organizacija, odnosno kreiran je tako da odgovara na zahteve mentorskih odnosa u novinarstvu. Osim lakšeg kretanja kroz mentorstvo u okviru jedne redakcije, u priručniku se nalaze i osnovni postulati novinarstva, smernice za kreiranje jednog medijskog proizvoda, kao i deo koji se odnosi na dekonstrukciju sadržaja, a ujedno i lažnih vesti, kampanja zasnovanih na govoru mržnje prema određenim društvenim grupama.

Mentorstvo u novinarstvu može da odigra ključnu ulogu u oblikovanju karijere mladih novinara, jer kroz mentorski proces mentiji dobija sledeće resurse:

Razvoj ključnih veština poput istraživanja i kreiranja priča

Mentori daju smernice i garant su da će medijski proizvod biti u skladu sa principima kvalitetnog novinarstva, etičkim normama i članovima Kodeksa novinara i novinarki Srbije.

Razvijanje kritičkog mišljenja

Važno je da kroz mentorski proces mentiji uz pomoć mentora razvijaju i kritički pogled na svet, kao i na teme kojima će se baviti. To podrazumeva kontinuirano preispitivanje narativa kojima su izloženi, bez obzira na to odakle dolaze i ko ih kreira, kao i višestruku proveru svih informacija koje stižu u redakciju, bez obzira na to ko su izvori tih informacija.

Kada postoji razvijeno kritičko mišljenje lakše je uočiti pokušaje zloupotreba novinara i medija, ono pomaže novinarima i da u svom radu ostanu dosledni etičnom izveštavanju, da budu objektivni i da problem ili priču mogu da sagledaju iz više uglova.

Uvid u medijsku zajednicu i medijski biznis

Novinarstvo nije samo istraživački i kreativan proces, ono je ujedno i deo medijskog biznisa, industrije medija. Mentori mogu doprineti razumevanju svih segmenata medijskog ekosistema za čije funkcionisanje su važni i ekonomski, pravni aspekti, kao i politički aspekti.

Mogućnosti umrežavanja

Mentori često imaju široku mrežu kontakata. Kroz mentorstvo, mladi novinari mogu dobiti pristup toj mreži kontakata koju mogu da čine pravnici, lekari, ekonomisti, urbanisti, umetnici, itd. Na taj način mentijima se otvaraju vrata novim mogućnostima i saradnjama.

Izgradnja samopouzdanja

Početak u novinarstvu za mlade novinare može biti veoma izaozvan, stresan, a ponekad i zas-



trašujući. Već na samom početku karijere mlade novinare mogu da zadese vanredne situacije za koje nisu dobro pripremljeni i sa kojima nemaju iskustva poput izveštavanja o demonstracijama, poplavama, požarima, nesrećama, itd. Uloga mentora u ovakvim situacijama je od krucijalne važnosti, jer oni imaju iskustva u izveštavanju u kriznim situacijama i ako dobro brifuju mentije i ukažu im na potencijalne opasnosti, mentiji mogu lako i uspešno savladati i najkompleksnije zadatke i izgraditi neophodno samopouzdanje za naredne slične situacije.

Osim toga, nekada i uobičajeni, svakodnevni, novinarski zadaci za mlade novinare, mentije, mogu da deluju nesavladivo, poput pozivanja sagovornika, posebno ako se radi o osobama koje u javnosti važe za velike autoritete (sudije, advokati, lekari, profesori, i sl.). Mentor u tom slučaju može da ohrabri, objasni, da je to proces koji će biti neizostavan u njihovom poslu i pomogne u savladavanju strahova i nesigurnosti mentija.

Lični rast

Pored profesionalnih veština, mentori takođe pomažu u ličnom razvoju, pružajući mladim novinarima stalnu podršku i ukazujući na mehanizme suočavanja sa svim izazovima novinarske profesije.

Šta je mentorstvo?



II MENTORSTVO - PRINCIPI I PRAKSA



Mentorstvo je odnos, proces uzajamnog učenja, koji uključuje razmenu veština, znanja i stručnosti između mentora i mentija kroz razgovore i razmenu iskustava. Posmatrano kroz podelu uloga deluje jednostavno, međutim radi se o odnosu koji je kompleksan, višeslojan i podrazumeva inkluzivno dvosmerno partnerstvo u kojem se vrednuju razlike.

(EMCC Global, 2023)

Dvosmernost je komponenta koja mora biti prisutna od prvog koraka pa sve do kraja mentorskog procesa.

Rečničke definicije opisuju mentorstvo kao odnos u kojem iskusnija ili stručnija osoba (mentor/mentorka) vodi i neguje profesionalni i lični razvoj manje iskusne osobe (mentija).

Podrška

Mentor pruža karijernu i psihosocijalnu podršku mentiju.

Znanje i saveti

Mentor deli svoje znanje, iskustva i uvide, a sa ciljem da pomogne mentiju da se nosi sa izazovima i postigne zadate ciljeve.

Profesionalni i lični rast

Tokom ovog procesa nije važno samo da mentij stekne konkretne veštine i znanja, nego i da mu/joj mentor/mentorka pomogne da stekne i samopouzdanje.

Uzajamno poverenje

Mentorski odnos teško da može da se opiše kao uspešan ukoliko se između dve strane ne razvije poverenje. Iako se ovaj odnos ne zasniva na prijateljstvu, ipak je važno da se mentij oseća dovoljno sigurno i slobodno da podeli probleme i zatraži savet bez straha da će naići na nerazumevanje i osudu. Ako mentori imaju više znanja, iskustva i mogu lakše da se nose sa različitim izazovima i situacijama, to nije razlog da mentija stavljaju u podređeni položaj. Tako da mentorstvo ne bi trebalo da bude odnos stroge hijerarhije i strahopoštovanja, nego odnos u kojem se glas obe strane jednako vrednuje.

Zašto je mentorstvo važno?

Mentori će na ovaj način razvijati liderske i komunikacione veštine, dobiti osećaj svrhe i zadovoljstva, jer doprinose tuđem rastu. Zauzvrat dobijaju nova iskustva i znanja kroz razmenu sa mentijima.

Mentiji na ovaj način ne samo što uče konkretne korake u postizanju svog profesionalnog cilja, nego i stiču nove veštine. Uz pomoć mentora trebalo bi da izgrade samopouzdanje, steknu veštine samoprocene, bolje napreduju u karijeri i dobiju nove perspektive, nove uglove posmatranja.

Uloge i odgovornosti: mentori i mentiji

S obzirom na to da mentorski proces podrazumeva dvosmernost, skoro da nema faze ovog procesa koja ne ističe važnost upravo tog faktora, odnosno dobrobiti mentorstva i za mentore i za mentije.

Kao što mentorstvo donosi koristi i mentorima i mentijima, važno je da obe strane budu svesne svojih uloga i odgovornosti u ovom procesu.

ZAJEDNIČKE ODGOVORNOSTI	
MENTOR	MENTIJ
Razumevanje mentorskog procesa i pojedinačne uloge u njemu.	
Dogovoravanje o očekivanjima, nivou poverljivosti i pridržavanje dogovorenog.	
Postavljanje ciljeva profesionalnog i ličnog rasta mentija i praćenje ostvarenja tog cilja.	
Pripremanje pre svakog sastanka (kolegijuma, mentorske sesije itd.).	
I jedna i druga strana trebalo bi da se osećaju prijatno da nastave proces.	
Promišljanje i davanje povratne informacije nakon svakog sastanka (kolegijuma, mentorske sesije itd.).	
Održavanje jednakog nivoa posvećenosti.	
Zasnivanje odnosa na uzajamnom poverenju i poštovanju.	
Završavanje procesa u dogovoreno vreme i u skladu sa dogovorenim ciljevima.	

ODGOVORNOSTI MENTORA

Pokažite iskreno interesovanje da pomognete nekome da ostvari ciljeve ličnog razvoja.

Preuzmite inicijativu u mentorskom procesu, ali dozvolite i mentiju da preuzme odgovornost za svoj rast, razvoj i planiranje karijere.

Aktivno slušajte mentija.

Tražite pojašnjenja kako bi vama bili jasni ciljevi ličnog razvoja mentija.

Pružite različite perspektive o rešavanju problema, karijernim opcijama i mogućnostima.

Podelite svoja iskustva.

Budite uzor.

Pružite iskrene, otvorene i konstruktivne povratne informacije.

Profesionalno se nosite sa eventualnim sukobima interesa.

Unapredite sopstvene veštine, znanje, samopouzdanje i motivaciju.

Poštujte granice mentija.

Budite svesni sopstvenih granica.

Slavite uspeh mentija.

ODGOVORNOSTI MENTIIJA

Organizujte i dogovarajte mentorske sastanke i dnevni red.

Postavite i podelite svoje SMART ciljeve ličnog razvoja.

Pravite beleške tokom razgovora, sesija sa mentorom.

Posmatrajte kako vaš mentor pristupa zadacima i rešenjima problema, koristite ih kao uzor za sopstveni rad.

Preuzimajte inicijative i odgovornosti.

Popunjavajte izveštaje o napretku i redovno procenjujte vaše potrebe.

Pratite napredak i rezultate ličnog razvoja.

Razvijajte naviku da povremeno izlazite iz zone komfora.

Ostanite u kontaktu sa mentorom.

Pre-mentorstvo

Pre nego što se mentori i mentiji zapravo upuste u sam proces mentorstva bilo bi dobro da naprave jedan uvodni korak, odnosno da odgovore na sledeća pitanja:

1. Čemu se obavezujemo?
2. Kako možemo da promoviramo međusobno poverenje?
3. Kako možemo da obezbedimo dobru komunikaciju i interakciju?
4. Možemo li da odredimo realne i dostižne ciljeve?
5. Šta za nas znači uspešno mentorstvo?

Na taj način preciznije će se definisati mentorski odnos i to je neka vrsta garanta konstruktivnog i otvorenog uzajamnog odnosa.

Garant poštovanju dogovorenih mentorskih principa i uopšte mentorskog odnosa može biti *Sporazum o mentorstvu* koji potpisuju mentor i mentij.

SPORAZUM O MENTORSTVU

1. Teme o kojima će se razgovarati.

2. Poverljivost: Šta je u redu, a šta nije u redu prenositi drugima.

3. Trajanje: Kada tačno počinje, a kada se završava mentorski proces.

4. Vreme i mesto sastanaka i protokol za ponovno zakazivanje ili otkazivanje sastanaka.

5. Komunikacija tokom mentorstva, uključujući kanale i sredstva.

6. Priprema za sastanke. (Odgovornosti: Šta se očekuje od mentija/mentora)

7. Šta se dešava ako bilo koja strana želi da prekine mentorstvo usred procesa?

Potpisi

Mentor: -----

Mentij: -----

Komunikacija između mentora i mentija

Iako je komunikacija između mentora i mentija obuhvaćena *Sporazumom o mentorstvu*, važno je naglasiti da je od izuzetnog značaja uspostavljanje čvrstih principa konstruktivne i korektne komunikacije između mentora/mentorke i mentija.

Neophodno je da se definiše niz pravila zasnovanih na uzajmnom poštovanju, uvažavanju drugog mišljenja i korišćenju terminologije koja nikoga ne vređa i ne diskriminiše po bilo kom osnovu.

Definisanje cilja

Postavljanje cilja ličnog razvoja nije lak, ali nije ni nerešiv zadatak.

Uz pomoć mentora, kao i nekoliko mentorskih alata mentiji mogu lako da definišu svoje ciljeve, kako bi potom kroz mentorski proces zajedno mogli da identifikuju oblasti za koje je mentiju potrebna podrška ili dodatno znanje.

Definisanje cilja može da se postigne ukoliko se taj proces podeli na nekoliko oblasti i uz pomoć seta pitanja.

CILJ

Šta želim da postignem u narednom periodu?

Šta moj cilj čini konkretnim?

Kako ću meriti svoj napredak ka cilju?

Šta mi je potrebno od mentora da bih postigao/la svoj cilj?

Kako izgleda kada ga ostvarim?

Šta moj cilj čini dostižnim?

Koji je vremenski okvir za ostvarenje mog cilja?

Kako će me zadovoljiti njegovo ostvarenje?

Koja znanja i veštine su mi potrebni da bih ostvario/la svoj cilj?

Koji resursi su mi dodatno potrebni?

U čemu mi treba podrška?

Koje aktivnosti planiram da preduzmem na putu ka cilju?

Efekat ostvarenja cilja na moj razvoj

Kratkoročni

Dugoročni

Efekat ostvarenja cilja na društvo/zajednicu/kulturu/okruženje/porodicu	
Kratkoročni	Dugoročni

Definisanje cilja može da se postigne i uz pomoć **SMARTER** alata.

Radi se o modelu čiji naziv čine prva slova sledećih engleskih reči:

specific / specifičan

measurable / merljiv

attainable / dostižan

realistic / realističan

timebound / sa jasno definisanim rokovima

exciting / uzbudljiv

rewarding / da njegovo ostvarenje čini da se osećate zadovoljno i ispunjeno



Analitički alati u mentorstvu

Kako bi mentori bolje razumeli šta sve čini cilj ličnog razvoja mentija, kao i koja vrsta podrške mu/joj je potrebna, i mentori i mentiji mogu da primene nekoliko modela analize.

Svaki od modela analize zapravo je presek stanja, uz pomoć kojih se lakše jasno definišu kapaciteti, mogućnosti, slabosti, potencijalni rizici i mogući rezultati. Ujedno, to su modeli na osnovu kojih se i meri lični napredak.

SWOT analiza

Ovo je način da mentiji analiziraju sami sebe, svoj projekat ili bilo koju temu, a nakon toga mogu da je analiziraju zajedno sa mentorom/mentorkom.

SWOT TABELA

[illegible]

Set pitanja za analizu:

SNAGE

1. Koje su prednosti projekta/kampanje u odnosu na druge projekte?
2. Zašto je ovaj projekat bolji od ostalih?
3. Šta ljudi/organizacije misle o projektu/kampanji?
4. Zbog čega vrednuju ovaj projekat?

SLABOSTI

1. Koje aspekte projekta bi trebalo dodatno unaprediti ili ojačati?
2. Koje su slabosti – organizacione, administrativne, konceptualne, timske, finansijske, reputacijske prirode?
3. Šta ljudi/organizacije misle, vide kao manu projekta?

PRILIKE

1. Koje prilike mogu da uočim kada je u pitanju projekat/ kampanja?
2. Koji zanimljivi trendovi u okruženju idu u korist projektu/kampanji (lokalni događaji, promene na tržištu, promena zakona, socijalna struktura, profil publike, životni stil, itd.)?

PRETNJE

1. Sa kojim izazovima/rizicima se projekat/kampanja suočava?
2. Kakva politička, ekonomska ili pravna situacija može da ugrozi projekat/kampanju?
3. Šta radi konkurencija projekta/kampanje?

Sledeći korak je kreiranje **strategije** na osnovu analize koju ste uradili.

A to znači odgovaranje na sledeća pitanja:

1. Koje snage možete da iskoristite za otvaranje novih prilika?
2. Koje snage možete da iskoristite za prevazilaženje pretnji/rizika?
3. Koje slabosti možete da unapredite uz pomoć prilika?
4. Kako da radite na slabostima da biste izbegli pretnje?



STAR analiza

Ovaj model može da se koristi u istraživanju konkretnih tema, naročito ako se fokusirate na realizaciju i konkretne događaje.

Ovo su pitanja na koja bi trebalo da odgovorite kroz STAR analizu:

1. Opišite trenutnu situaciju, šta vam je poznato, šta bi trebalo dodatno da se istraži?
2. Analizirajte način na koji ste razmišljali o temi, koje ste opcije razmotrili, pod kakvim pretpostavkama, kako bi neko drugi rešio ovaj izazov?
3. Koje akcije planirate da preduzmete, do kada, kojim redosledom?
4. Kakve rezultate očekujete, šta ste time postigli i koje su posledice ukoliko to ne ostvarite?

STAR TABELA

SITUATION / SITUACIJA	THINKING / RAZMIŠLJANJE	ACTIONS / AKCIJE	RESULTS / REZULTATI
-----	-----	-----	-----
-----	-----	-----	-----
-----	-----	-----	-----
-----	-----	-----	-----
-----	-----	-----	-----
-----	-----	-----	-----
-----	-----	-----	-----

GROW analiza

Grow model analize usmeren je na razvoj i na dugoročno planiranje. Nakon definisanja cilja, mentori i mentiji trebalo bi zajedno da interpretiraju stvarnost, da ispituju što više mogućnosti za ostvarenje cilja i i na kraju da definišu šta je to što je mentij konkretno voljan da preduzme. Istovremeno, potrebno je isplanirati korake u dostizanju mentijevog cilja.

GROW TABELA

GOAL / CILJ	REALITY / STVARNOST	OPTIONS / MOGUĆNOSTI	WILL / KONKRETNI KORAKI KA CILJU
-----	-----	-----	-----
-----	-----	-----	-----
-----	-----	-----	-----
-----	-----	-----	-----
-----	-----	-----	-----
-----	-----	-----	-----
-----	-----	-----	-----

Skills Scan (Procena veština)

Nakon što ste uspostavili temelje mentorskog odnosa, kao i dinamiku ostvarivanja ličnog cilja, možete preći na skeniranje, to jest procenu veština.

Naime, ovaj alat koristi se nakon određenog vremena mentorskog procesa, kada mentori mogu da daju prve procene ličnog napretka mentija, njihovih veština, odnosa prema obavezama, drugim kolegama i uopšte zadacima koji im se dodeljuju.

Skills scan je alat koji može da pomogne da se napravi presek stanja, prepoznaju slabosti, ali i da istakne snage mentija.

„Skenira“ se nekoliko kategorija:

- **Ponašanje**
Uzorno ponašanje i pozitivan doprinos poslovnoj kulturi.
- **Profesionalizam**
Tačnost, poštovanje kolega, toleranost u kolektivu, doprinos produktivnosti tima. Poštovanje autoriteta, ali praćeno otvorenom komunikacijom bez ustručavanja da se postavi pitanje u svrhu uspešnog obavljanja zadataka.
- **Lične osobine**
Pouzdanost, proaktivnost, posvećenost, temeljitost, itd.
- **Zainteresovanost**
Zainteresovanost za to da zadaci budu uspešno završeni.
- **Prilagodljivost**
Dobar odgovor na situacije u kojima se prioriteti menjaju. Poštovanje dodatnih zahteva mentora/poslodavca/organizacije.
- **Odgovornost**
Prihvatanje odgovornosti za lični i timski učinak, kao i za kvalitet završenih projekata.



Upravljanje vremenom mentija

Praćenjem načina korišćenja vremena može se znatno povećati kontrola nad vremenom mentija, a vežba ispod može da pomogne da se uoče slabe tačke u upravljanju vremenom.

Odabirom konstatacija jasno će se pokazati koja od sledećih stvari najviše krade vreme.

KONSTATACIJA	TAČNO	NETAČNO
Nisam siguran/na šta se očekuje od mene		
Radim pogrešne stvari		
Imam problema sa delegiranjem posla		
Imam problema sa određivanjem prioriteta		
Ne pratim svoje prioritete		
Prisustvujem nepotrebnim sastancima		
Prisustvujem sastancima nepripremljen/a		
Radim tuđe zadatke		
Primam pozive koji nisu moja odgovornost		
Moj posao se uglavnom svodi na „gašenje požara“		
Moj posao je često prekinut		
Ne mogu da kažem ne		
Uključen/a sam u previše stvari		
Ne mogu da donosim odluke		
Uključujem se u tuđe poslove		
Moje radno mesto je neuredno		
Moj posao nije smislen		
Nisam motivisan/na		
Ne planiram svoj radni dan niti svoj posao		
Nisam organizovan/a		
Imam previše posla		
Skačem sa jedne stvari na drugu		
Dozvoljavam da me dolazni mejlovi prekinu u radu		
Moja vrata su uvek otvorena		
Želim da budem dostupan svima u mojoj organizaciji		
Želim da ljudi misle da sam zauzet/a		
Previše dobro radim stvari		

Mentiji mogu da podele odgovore sa mentorom, da razgovaraju da li i kako nešto mogu da učine kako bi mentiji vreme provodili efikasnije i u svrhu ostvarenja cilja ličnog razvoja.

Merenje uspeha i zatvaranje mentorskog procesa

Budući da je mentorski proces usmeren na lični razvoj i učenje, rezultat nije lako merljiv, zato što se, sasvim jasno, ne radi o konkretnom, opipljivom proizvodu.

Osim toga, rezultat nije samo skup veština i znanja koje će mentiji posedovati na kraju tog procesa, nego se u obzir uzimaju i pomaci i rezultati napravljeni u svakoj fazi mentorskog rada.

Šta je postignuto, i u kojoj meri, može da se prikaže odgovaranjem na sledeći niz pitanja:

Šta smo postigli?	
Šta smo naučili?	
Kada bi trebalo ovo ponovo da uradimo, kako bismo to uradili, šta bi bilo drugačije?	
Šta smo još mogli da uradimo u datom trenutku?	
Šta nismo predvideli?	
Da li smo baš sve dobro isplanirali?	
Da li smo zadovoljni kako smo prevazišli prepreke, neplanirane situacije?	
Koji deo ovog projekta nam je bio najdragocenije iskustvo?	
Koji savet biste dali nekome ko upravo počinje sličan projekat/kampanju?	
Koje zaključke ćemo izvući iz realizovanja ovog projekta?	
Da li smo ponosni na ono što smo uradili?	
Kako biste sveukupno opisali vaš mentorski proces i odnos?	

Mentorski proces mentiji mogu da ocene uz pomoć još jednog alata koji uključuje i merljive parametre.

Na skali od jedan do deset može da se oceni sledeće:

Koliko je mentorstvo ispunilo vaša očekivanja?	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Koliko ste dobro ispunili mentorske ciljeve?	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Šta ste dobili od mentorstva?	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Koji su bili najvažniji uvidi?	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Koju ocenu biste dali sebi pre mentorstva?	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Koju ocenu biste dali sebi nakon mentorskog procesa?	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Mentorstvo - učenje, vođenje i put do novih prilika

Kao što se može zaključiti na osnovu prethodno opisanih koraka i alata koji se koriste u mentorstvu, taj proces ne podrazumeva samo učenje, nego i, u nekim trenucima možda i najvažnije, vođenje i podršku u profesionalnom i ličnom razvoju mentija kroz savete, iskustva i smernice.

Mentorstvo je važno prevashodno za profesionalni razvoj, ali i za lični rast i umrežavanje. Ono otvara vrata novim prilikama i donosi dvosmernu korist - mentori razvijaju liderske veštine, osećaj svrhe i satisfakciju, jer doprinose tuđem profesionalnom i ličnom rastu i razvoju.

Uspešnog mentorstva nema bez poverenja, i zato je važno graditi ga od početka, održavati otvorenu komunikaciju, poštovati dogovore, preuzimati odgovornost, kao i zasluge, doprinositi zdravom profesionalnom okruženju i konstatno težiti ispunjenju ličnog cilja.



III MENTORSTVO U REDAKCIJI

FAZE RADA I KONCEPTI SAVREMENOG NOVINARSTVA



Definisanje teme

Pažljivo odabrana i dobro definisana tema u novinarstvu je polazna tačka za sve kasnije faze rada. To će biti prvo polje zajedničkog rada mentora i mentija, dok će se paralelno sa tim procesom odvijati definisanje ciljeva ličnog razvoja mentija kroz ceo proces mentorstva.

Od toga kako i koliko precizno se definiše tema, zavisiće ceo tok novinarskog rada i konačna uspešnost samog medijskog proizvoda ili projekta.

Zbog toga je važno dobro promisliti o temi, uraditi preliminarno istražvanje kako bi se proverilo da li za bavljenje tom temom postoji opravdan javni interes, da li postoje realne mogućnosti i kapaciteti kako bi se ona realizovala i kako će ta tema uticati na društvo (da li će se nešto promeniti).

Prvi korak na putu ka definisanju teme može biti razmena ideja mentora ili mentorke iz medija, sa mentijem, odnosno brainstorming.

U ovoj fazi nepohodno je postaviti sledeća pitanja:

1. Zašto je važna tema kojom želimo da se bavimo?
2. Šta želimo time da postignemo - da ukažemo na problem, da ponudimo rešenje, da dovedemo do značajnih promena poput izmena propisa, zakona, smene javnih funkcionera, da podstaknemo građane na akciju, itd.
3. Kako ćemo to postići, kojim sredstvima komunikacije?
4. Koje resurse imamo na raspolaganju?
5. Koji vremenski okvir nam je za to potreban?
6. Kako ćemo meriti uspešnost?

Još preciznije definisanje teme može da se postigne korišćenjem ovog alata:

TEMA / RADNI NASLOV NOVINARSKE PRIČE ILI KAMPANJE Opisati je u jednoj rečenici	
KRATAK OPIS TEME Šta opravdava bavljenje tom temom, šta je tačno problem, šta kažu dostupni podaci / brojke o tom problemu	
SAGOVORNICI / IZVORI Napisati listu izvora sa kojima je potrebno razgovarati ili ih i snimiti kasnije tokom rada; Ko su primarni, a ko sekundarni sagovornici	
FORMAT Tekst, infografika, video, galerija fotografija, formati za društvene mreže	
OČEKIVANI REZULTAT Veća svest građana o određenom problemu; Moguća rešenja za određeni problem; Aktiviranje građana nakon ukazivanja na to da Vlada planira usvajanje štetnih propisa/nenamensko trošenje javnog novca; Smanjenje jaza prema određenim društvenim grupama kroz dekonstrukciju predrasuda i mitova o tim grupama, i sl.	

Priprema za realizovanje zadate teme

Iako je i samo definisanje teme podrazumevalo istraživački rad, a kroz preliminarno istraživanje opravdanosti bavljenjem temom, ipak, i u narednim, pripremnim koracima biće neophodno uraditi dodatna, dublja, istraživanja, proveru činjenica i navoda izvora ili sagovornika budući da je provera ključ novinarskog rada i nezaobilazna je komponenta svake faze nastanka bilo kog medijskog proizvoda.

Priprema, dakle, podrazumeva nove nivoe istraživanja, odnosno sledeće korake:

1. Pretraživanje baza podataka, dostupnih dokumenata.
2. Slanje upita institucijama, organizacijama, pojedincima (ukoliko je potrebno).
3. Odabir glavnih protagonista priče, odnosno sagovornika i sagovornica, eventualnih saradnika.
4. Dogovaranje tipa saradnje, doprinosa priči, sa izvorima informacija. To može da znači da izvori žele samo da podele svoja saznanja, lične priče, dokumenta koja poseduju, da budu insajderi, ali da se njihov identitet ne otkriva; Ukoliko žele da istupe javno pod svojim imenom i prezimenom, u tom slučaju su izvori informacija i sagovornici u priči. Ako se izvori slože sa tim da budu snimani, da govore javno, dogovara se susret sa njima, odnosno dan za snimanje njihovih izjava.
5. Strukturisanje razgovora sa izvorima, sagovornicima, saradnicima; Osmišljavanje pitanja.
6. Postavljanje vremenskog okvira neophodnog za realizovanje svih planiranih aktivnosti.

Pre nego što se pređe na narednu fazu mentori i mentiji trebalo bi zajedno da prođu sve korake i veoma je važno da iskusni novinari kao mentori daju mentijima jasne sledeće smernice.

1. Gde mogu da nađu određene informacije?
2. Koje institucije su za šta nadležne?
3. Kako izgleda procedura slanja upita državnim institucijama?
4. Kako se odlučuje da li su sagovornici relevantni za temu ili ne?
5. Kako voditi razgovore sa različitim sagovornicima (od čega krenuti, u kom trenutku postaviti ključno pitanje i sl.)?

Kada je reč o informacijama koje bi trebalo da pruže određene državne institucije, tabela sa rokovima za odgovor na upite, kao i sa rokovima za žalbe može biti koristan alat.

Naime, prema [Zakonu o slobodnom pristupu informacija od javnog značaja](#) državne institucije dužne su da u roku od 15 dana dostave tražene informacije, ukoliko ih poseduju. Ako se to ne dogodi, novinari mogu da se obrate [Povereniku za zaštitu informacija od javnog značaja](#) i zaštitu podataka o ličnosti.



Tabela sa pregledom poslatih zahteva i rokovima za odgovore

Naziv institucije	
Datum kada je zahtev poslat	
Zakonski rok za odgovor	
Datum kada je poslata žalba povereniku za informacije	
Ima odgovora	
Nema odgovora	

Realizacija medijskog proizvoda ili kampanje

U zavisnosti od toga šta je zapravo projekat na kojem se radi, u kojoj formi i na koji način može da se sprovede, zavisice i sama realizacija.

Međutim, u osnovi kreiranja svakog novinarskog formata su sledeći koraci:

1. Snimanje intervjua (tonski/video),
2. Odabir snimljenog materijala,
3. Pisanje preliminarne verzije teksta ili *sinopsisa*,
ukoliko se radi o projektu koji podrazumeva video sadržaj,
4. Fact-checking,
5. Odabir načina (stila) pričanja priče,
6. Montaža (ukoliko se radi o video sadržaju),
7. Postprodukcija (nivelisanje zvuka, kolor korekcija, itd.).

Budući da je *sinopsis* dokument koji je višestruko i skoro svakodnevno primenjiv u novinarskoj praksi, ispod će biti objašnjeno o kakvom se zapravo alatu radi i kako on izgleda.

Sinopsis je dokument u kojem bi trebalo vrlo precizno da bude napisana struktura priče, projekta ili kampanje.

U sinopsisu su navedeni svi detalji kako bi i neko ko nije upućen u temu mogao da razume šta je ideja i kako bi trebalo krajnji proizvod da izgleda.



U sinopsisu se navodi:

1. Ko su osobe koje govore u videu,
2. Šta je tačno sadržaj njihovih odgovora,
3. Ispisuju se eventualni citati osoba koje možda nisu pristale da budu snimane ili nisu bile dostupne za snimanje,
4. Ukoliko postoje grafički elementi opisuje se kakvi su to elementi, šta je tačan tekst koji se pojavljuje kao grafičko rešenje ili caption na društvenim mrežama,
5. Opisuje se vizuelna rešenja za priču (ilustrativni kadrovi, takozvane „pokrivalice“),
6. Koliko svaki segment traje, kao i ukupno trajanje.

Primer templejta za sinopsis

AUDIO	VIDEO / SLIKA	PRIMER VIZUELNOG REŠENJA	TRAJANJE
Novinarski off / voice over - tekst koji čitaju novinar/ novinarka Izjava Sagovornika/ Sagovornice Transkripcija onoga što je određena osoba izjavila	Navodi se kojim kadrovima će se ilustrovati ono o čemu novinar/novinarka govori	Ukoliko postoji skica, fotografija, animacija ili grafičko vizuelno rešenje	Navodi se trajanje svakog segmenta izraženo u sekundama

Dodatna provera činjenica i finalizacija

Digital News Report Rojters instituta iz 2025. godine pokazuje da čak 67 % ispitanih građana Srbije koristi društvene mreže, koje su i dalje vrlo nepouzdati izvori. Različite platforme koje nisu medij sa jasnom strukturom, uređivačkom koncepcijom i filtriranjem sadržaja veoma su pogodno tlo za širenje lažnih i manipulativnih sadržaja. Iz toga proizilazi koliko je važno da fact-checking od svih faza pripreme bude posebno izdvojen i obrađen.

Fact-checking zahteva napredne novinarske veštine, nekada ne samo novinarsko, već i uredničko iskustvo, i zato je veoma važno da mentiji na ovom delu pripreme rade zajedno sa mentorima.

Mogu se proveravati navodi iz medija, sa društvenih mreža, poreklo fotografije, da li je menjana uz pomoć alata za dizajn, da li je generisana uz pomoć veštačke inteligencije, što takođe može biti učinjeno i kada je u pitanju video sadržaj.

Sumnjiva informacija može da se uoči, a potom i proveriti uz pomoć sledećih parametara:

- **PROVERA POREKLA**

Da li je medij koji to deli kredibilan, da li medij ima drugih sadržaja, može li da se pronade autor sadržaja.

- **VERODOSTOJNOST IZVORA INFORMACIJA**

Da li može da se veruje osobi od koje informacija potiče; koji je motiv njene objave ili širenja određene informacije.

- **KADA JE NEŠTO OBJAVLJENO**

Može da se dogodi da je vest stara, ali je predstavljena kao sveža što dovodi u zabunu ili može da izazove paniku i uzbuni javnost, npr. vesti o prirodnim katastrofama, nesrećama, pandemijama i sl. Takođe, vesti ili fotografije o susretima političara mogu da budu stare a da se predstave kao da se to dogodilo sada i kada se stavi u određeni kontekst dobija se potpuno lažna, manipulativna informacija.

- **LOKACIJA**

Proveriti autentičnost lokacije; možda se nešto dogodilo u drugoj državi i potpuno je irelevantno za naš kontekst. Može da se dogodi da je za fotografije ili video sadržaj važno utvrditi gde su nastali, gde se nalaze akteri koje vidimo na tim sadržajima; Nekada se prenose lažne vesti u kojima se tvrdi da se određena osoba nalazi na jednoj lokaciji, što se potkrepljuje fotografijom, a ona zapravo uopšte nije tamo; To je posebno važno ako se radi o istraživanju kretanja odbeglih članova kriminalnih grupa, političara, bilo kojih aktera novinarskih priča.

Korisni alati uz pomoć kojih može da se proveriti autentičnost fotografija i video sadržaja:

[Google Reverse Image Search](#)

[Fake Image Detector](#)

[Tineye](#)

[InVid](#)

[Detectfakes](#)

Ukoliko su provereni svi elementi priče, medijskog proizvoda, naredni korak je sklapanje i oblikovanje medijskog proizvoda ili kampanje. Na koji način će određena tema biti predstavljena zavisice od umeća *pričanja priče* odnosno *storytellinga*.

IV KONTEKST I PRISTUPI U SAVREMENOM NOVINARSTVU



Novinarske finese - storytelling

Svi dosadašnji koraci u procesu kreiranja jednog medijskog proizvoda ili kampanje mogli bi da se podvedu pod tehnički deo novinarskog posla ili kreiranje elemenata, pojedinačnih segmenata. U fazi sklapanja tih elemenata, u storytellingu, najbolje se vidi novinarsko promišljanje, novinarske veštine, iskustvo i prepoznavanje važnosti konteksta.

Principi storytellinga mogu da se primene i u mentorskom procesu između mentora i mentija, jednako kao i prilikom kreiranja medijskih proizvoda i kampanja.

Predlog za vežbu:

Mentiji mogu da pokušaju svoju ideju da ispričaju mentorima onako kako bi to činili pred publikom, dok mentori mogu da pokušaju istu tu ideju da predstave na drugačiji način vežbajući sopstveno umeće storytellinga.

Alat koji može biti koristan za strukturisanje jedne priče:

OTVARANJE	Posebnu pažnju posvetiti početku priče (početku sinopsisa). To je „udica“ za publiku. Neophodno je da mentiji posebno vreme odvoje za rad sa mentorom na kreiranju zanimljivog početka priče.
KARAKTERI	Potražiti primere koji će na najbolji način predstaviti temu, vaš cilj. To moraju biti relevantni, autentični akteri. Razmisliti o rezervnim opcijama ukoliko prvobitno dogovoreni protagonisti odustanu.
JEZIK	Priču graditi jasno i logično. Ne upotrebljavati jezik mržnje, pežorative, stereotipe, diskriminatorne izraze.
KRAJ	Bilo bi dobro poslati neku poruku. Apelovati na racio, izazvati emocije. Pozvati na akciju.



Primeri dobro odabranih tema i dobro strukturisanih priča:

Radio slobodna Evropa

[Život u podnožju planina od smeća](#)

DW na srpskom

[Između Kačke petlje i Svrtišta](#)

N1 Srbija

[Život vijetnamskih radnika iz fabrike Linglong kod Zrenjanina](#)

BBC

[I'm proud of being a refugee who came to the UK](#)

U kojoj meri je neka priča uspešno ispričana i kompletan novinarski zadatak dobro obavljen može da se proveriti ispitivanjem kolega u redakciji, a svakako prvu povratnu informaciju trebalo bi da pruži mentor.

Nakon prvog realizovanog medijskog projekta mentiji bi trebalo da znaju sledeće:

1. Da li je njihova tema bila opravdana, da li je postojao opravdan interes javnosti da nešto o tome sazna, čuje, vidi?
2. Da li je odabir sagovornika bio dobar, relevantan?
3. Kakvu dinamiku su sagovornici dali celoj priči?
4. Da li su im bila postavljena ključna pitanja?
5. Da li je odabir odgovora koji je ušao u konačan proizvod bio dobar?
6. Da li je priča kvalitetno napisana (u skladu sa profesionalnim standardima)?
7. Da li su korišćeni adekvatni montažni postupci, ukoliko se radi o video prilogu?
8. U kojoj meri je mentij pokazao/pokazala kreativnost?

Prilikom sagledavanja urađenog i davanja povratne informacije mentori bi trebalo da imaju na umu da je cilj ovog procesa učenje i da u svojim procenama ne bi trebalo da budu rigorozni već da budu podrška i da pruže ohrabrenje.

Ono što može da se dogodi prilikom kreiranja nekog medijskog proizvoda ili kampanje jeste uklapanje u određene narative, čak i nečije agende, a da ne postoji potpuna svest o tome.

Tu je ključna uloga mentora koji bi trebalo da na osnovu dugogodišnjeg profesionalnog iskustva i senzibilisanosti mogu da ukažu na to šta su narativi i kako, nekada nesvesno, novinari postanu žrtve različitih kampanja i štetnih narativa.

Stoga, važno je objasniti šta sve ta dodatna dimenzija priče podrazumeva, čemu služi i može li konstruktivno novinarstvo biti odgovor na to.

Narativ kao dodatna dimenzija priče

Narativ može biti pričanje priče, bilo koji prikaz niza povezanih događaja i iskustava. Razlikuje se od naracije i diskursa.

Narativi mogu biti fikcija, a mogu biti zasnovani i na činjenicama.

Narativ je i društvena i politička kategorija.

Narativ kao *društvena kategorija* predstavlja skup ideja koje se koriste kako bi se objasnile neke društvene pojave, vrednosti, norme, relacije, fenomeni, trendovei itd.

Narativ kao *politička kategorija* je način kojim se oblikuje mišljenje ili slika o određenoj temi koja čini deo nečije agende stranačke, visoke, unutrašnje ili spoljne politike.

Narativi mogu biti rezultati **svesne, planirane kampanje** ili uređivačke politike.

Nekada i proizvodi neznanja i **nesvesnih postupaka** pojedinaca ili redakcija.

Osim toga, narativi se dele i na štetne/toksične i **konstruktivne**.

Štetni narativi mogu biti usmereni ka određenim društvenim grupama, a sa ciljem da se prema tim grupama stvori određena društvena distanca, društvena klima, a neretko i mržnja koja može da generiše verbalne i fizičke napade, kampanje progona.

Mete takvih kampanja poslednju deceniju su uglavnom migranti, izbeglice, tražioci azila, ljudi koji iz zemalja pogođenih sukobima ili lošim ekonomskim prilikama dolaze u zemlje regiona zbog posla, ljudi drugih nacija, žene, mladi itd.

Primeri štetnih narativa iz regionalnih i globalnih medija:

Dnevni avaz

[Migranti svaki dan počinili jedno krivično djelo](#)

MONDO/EUpravo zato

[EU zemlja naoružava vojsku, ali nema vojnike: Generacija Z neće da ratuje – „osetljivi su, lako zaplaču](#)

Telegraf/Telegraf biznis

[Tek svaki četvrti lider je žena: Zašto lepši pol napušta rukovodeću poziciju kada je stekne?](#)

The Sun

[LAST RESORT The seaside town ravaged by migrant crisis as tourists flee & hotels fly flags to prove they DON'T house asylum seekers](#)

Primeri konstruktivnih narativa iz regionalnih i globalnih medija:

BBC News na srpskom

[Migranti i Srbija: Mitovi i zablude o migrantima i izbeglicama](#)

N1 Srbija

[Mladi u Nemačkoj se plaše rata](#)

DW na srpskom

[Drugi „stakleni plafon“ za žene](#)

Al Jazeera Balkans

[Braća Selman – pozitivna priča o Romima](#)

The Guardian

[Disputed or debunked claims about migration and crime in the UK](#)

Zašto su važni narativi?

Narativi utiču na stavove, na donošenje odluka, na skale vrednosti, kreiranje slike o društvu u kom živimo i u kakvom bismo želeli da živimo.

Principi kojih bi trebalo da se pridržavaju kreatori narativa:

- plasiranje činjenica,
- objektivnost i izbalansiranost,
- pozivanje na proverene i pouzdane izvore, eksperte,
- pozivanje na zvanične statistike,
- korišćenje politički korektnog jezika,
- izbegavanje stereotipa, diskriminacije, targetiranja pojedinaca i grupa.

Nasuprot štetnim narativima stoji dekonstrukcija takvih narativa, proces sličan fact-checkingu, na osnovu kojeg se utvrđuje tačnost neke tvrdnje, nekada i celog narativa i objašnjava zašto se na određeni način piše o određenoj temi (da li je u službi kampanje protiv nekoga da bi neko drugi bio u političkoj, ekonomskoj ili nekoj drugoj prednosti).

Takođe, poslednjih godina teoretičari medija, kao i pojedini medijski instituti širom sveta zagovaraju koncept konstruktivnog novinarstva, onog koje nudi rešenje i koje kao takvo može potisnuti štetne narative.

Konstruktivno novinarstvo - Solution journalism

Ovakav pristup u novinarstvu predstavlja zaokret, promenu svesti i razumevanja novinarstva, jer se ne zaustavlja kod detektovanja problema, otkrivanja afera ili društvenih anomalija, nego ide korak dalje i nudi rešenje ili ukazuje na moguće modele rešenja koji su negde već primenjeni.

Naime, *solution journalism*, kako mu i ime kaže, nudi rešenje, čime je, kako navode pojedini teoretičari medija, novinarstvo u celini unapređeno. Dobilo je jedan ceo novi aspekt.

„Konstruktivno novinarstvo ne teži da zameni breaking-news ili istraživačko, ono ih dopunjuje“.



Constructive Institute, Danska

Ono donosi tačnu i kontekstualizovanu sliku sveta, držeći se istine kao ključnog elementa svakog novinarstva kao i etičkih principa.

Pozicija konstruktivnog novinarstva u odnosu na druge pristupe

	BREAKING NEWS	ISTRAČIVAČKO NOVINARSTVO	KONSTRUKTIVNO NOVINARSTVO
VREME	Sada	Juče	Sutra
CILJ	Brzina	Krivica	Inspiracija
PITANJA	Šta? Kada?	Ko? Zašto?	Šta sada? Kako?
STIL	Dramatičan	Kritičan	Znatiželjan
ULOGA	Policijska	Sudije	Posrednika
FOKUS PRAKSE	Drama	Počinioci i žrtve	Rešenja i najbolje prakse

Četiri ključna stuba konstruktivnog novinarstva

1. Rešenje / odgovor

Pričati priču kako ljudi pokušavaju da reše neki problem. Ljudima je potrebno da vide da je promena moguća, kao i primere kako je to moguće. Međutim, ne treba zaboraviti da je važno da se opiše problem, ko je njime pogođen i na koji način.

2. Dokaz

Uključiti činjenice koje potkrepljuju tezu da je rešenje efikasno. Ponuditi svedočenja koja pokazuju da opisano rešenje zaista ima smisla. Ali, takođe je važno i navesti ukoliko za to ipak nema dokaza i podataka.

3. Lekcija

Opisati koliko je rešenje zaista dobro i efikasno. Opisati izazove, borbe i naučene lekcije. Imati na umu da se ljudi na nekom drugom mestu, u zemlji ili u svetu, bore sa istim ili sličnim problemom. Razmisliti šta im je potrebno kako bi i oni mogli da primene „vaše“ rešenje u njihovom kontekstu.

4. Ograničenja

Nijedno rešenje nije savršeno. Objasniti koja su ograničenja. Za koga bi ovo rešenje zaista moglo da bude rešenje. Na kom geografskom području i kada.

Kako to može da izgleda u praksi i kako može jednim prostim preoblikovanjem naslova da utiče na svest najbolje pokazuju, sada čuveni, primeri dva naslova i teksta o pandemiji koronavirusa.

Primer 1 Naslov: Many loved ones will die (Mnogo voljenih će umreti) Daily Mail, 13. mart 2020.	Primer 2 Naslov: Together we can save many lives (Zajedno možemo spasiti mnoge živote) Irish Daily Mail 13. mart 2020.
Ovaj naslov deluje: Negativno. Pobuđuje strah. Daje osećaj bespomoćnosti.	Ovaj naslov: Govori da ima nade. Nudi mogućnost. Zapravo priča celu priču.

Primeri priča nastalih na principu konstruktivnog novinarstva iz regionalnih i globalnih medija:

Klix.ba

[Priča hrabrih žena koje se godinama bore za spas svoje rijeke Krušice](#)

VICE.com

[Kako su mladi u Rumuniji neizlaskom na glasanje pobedili na referendumu](#)

Radio slobodna Evropa

[Od izbeglice do vlasnika avganistanskog restorana u Beogradu](#)

DW na srpskom

[„Nepraktične žene“ vezu kuvarice sa stavom](#)

Solutions Story Tracker

[Solutions to end childhood sexual violence](#)

Primenama principa konstruktivnog novinarstva postiže se sledeće:

1. Informisanje bez zapaljivosti,
2. Izazivanje pozitivnih emocija,
3. Kontrateža negativnosti,
4. Doprinosi se angažovanju javnosti u rešavanju problema,
5. Povezuje se publika/javnost,
6. Umanjuje se osećaj bespomoćnosti,
7. Smanjuje se tenzija,
8. Smanjuje se polarizacija, prevazilaze podele.

I dok se u svetu ovakav način oblikovanja novinarskih priča i uopšte ovakav pristup, uveliko primenjuju, utisak je da konstruktivno novinarstvo u Srbiji nije zaživelo. Razloga je mnogo, što nije tema ovog priručnika.

Međutim, kada se posmatra iz ugla mentorskog procesa, kreiranje priča koje nude rešenja jeste veoma veliki izazov i za mentore, i za mentije, posebno za mentije.

Ipak, to ne bi trebalo da sputa ni mentore ni mentije u pokušaju da naprave priče i kampanje koje, za razliku od svih drugih, nude rešenja.

MENTORSTVO KAO PUT ZAJEDNIČKOG RASTA

Iako je u mentorskom procesu fokus uglavnom na tome da mentiji ispune ciljeve ličnog razvoja, steknu nova znanja, iskustvo u radu u različitim organizacijama, kao i da se profesionalno usavrše, ne treba gubiti iz vida da je mentorstvo, također, usmereno i na mentore.

Kroz sve korake i alate predložene u ovom priručniku može se uočiti da je mentorstvo dinamičan proces u kojem mentori i mentiji zajedno grade temelje za uspeh i razvoj.

Ovaj put obeležen je razmenom znanja, podrškom i izazovima, koje je nekada teško prevazići, a ponekada mogu da budu od ključne važnosti za izgradnju samopouzdanja i profesionalnih veština.

Na tom putu, i uz sve navedene alate, dešava se da neke izazove, poput pada motivacije, nije baš tako lako savladati. Ukoliko se to dogodi tokom mentorskog procesa, jedan od koraka koji mogu biti od pomoći jeste povratak na početak, odnosno podsećanje na ciljeve. Kada su ciljevi jasno definisani, mnogo je lakše pratiti napredak i održati motivaciju. Jer, jasna vizija krajnjeg cilja može biti snažan pokretač.

Pad motivacije može potom da se prevaziđe i ako se slave mali uspesi, zato što mentiji tako jasno mogu da vide kako napreduje njihov put ličnog razvoja.

Dosledni susreti također mogu da pomognu u održavanju fokusa, a ujedno to su i prilike za povratne informacije i podršku. Nekada je tokom mentorstva neophodno i prilagoditi ciljeve i pristupe, jer fleksibilnost može da spreči osećaj stagnacije.

Jedan od načina održavanja motivacije tokom celog mentorskog puta može biti i povezivanje ciljeva mentorstva sa širim profesionalnim ili ličnim ciljevima mentija, kako bi se tom procesu dala dodatna relevantnost, a samim tim i povećala motivisanost.

Uz održavanje motivacije, faktori koji će zasigurno doprineti tome da se jedan mentorski proces uspešno privede kraju su otvorenost za učenje, prilagođavanje i aktivno učestvovanje obe strane.

Kroz zajednički trud, obe strane ne samo da postižu svoje ciljeve, već i razvijaju dugoročan odnos koji može da obogati njihove karijere i živote.

Preporučeni priručnici, materijali i alati

[Mentorski alati programa Kreativno mentorstvo](#)

[Reuters Institute - Journalism Trends](#)

[Constructive Journalism Toolkit DW Akademie](#)

[Constructive Institute, Danska](#)

[Solution Journalism Network](#)

[Solutions Journalism Whiteboard Video](#)

[Kodeks novinara Srbije](#)

Lista važnih termina

Za delove priručnika koji objašnjavaju govor mržnje, isključenost socijalnih grupa i diskriminaciju konsultovana je dr Smiljana Milinkov sa Odseka za medijske studije Filozofskog fakulteta Univerzitet u Novom Sadu

LAŽNE VESTI

Informacije koje nisu tačne, koje su potpuno neistinite.

Razlikujemo dezinformacije (eng. desinformation, misinformation) i manipulacije.

GOVOR MRŽNJE

Predstavlja svaku komunikaciju koja dehumanizuje neku osobu ili grupu na osnovu nekih karakteristika (boja kože, pol, rasa, seksualna orijentacija, religija, nacionalna ili pripadnost, mesto porekla ili jezik).

PEACEBUILDING

Dugoročan i višeslojan proces koji se bavi korenima problema, proces kroz koji se istražuju uzročnici konflikata kako bi se sprečilo nasilje i prevenirali neki budući sukobi, a kako bi se stvorilo društvo zasnovano na pravdi i pomirenju.

To podrazumeva tranformaciju odnosa (između zajednica, etničkih i verskih grupa, celih država, itd.), reformu institucija kao i implementaciju nenasilnih strategija kojima se promovišu pozitivne društvene, političke i ekonomske promene.

IDENTITET

Društveno konstruisan način osmišljavanja mnoštva raznovrsnih karakteristika pojedinaca i pojedinki. Uglavnom je osnova za diskriminaciju.

DRUŠTVENA GRUPA

relativno trajan skup međusobno povezanih ljudi koji dele zajedničke interese, potrebe, vrednosti i osećaj pripadnosti i koji sistematski stupaju u odnose obavljajući određenu društvenu funkciju ili zadovoljavajući potrebe.

ETNIČKA GRUPA

Društvena kategorija ljudi koji se identifikuju kao zajednica na osnovu zajedničkih predaka, kulture, jezika, istorije, ili ideologije.

Za razliku od drugih socijalnih statusa, etnička pripadnost je često stečeni status koji se prenosi generacijama, naglašavajući osećaj zajedničke prošlosti i budućnosti.

DIVERZITET

Distribucija pojedinaca u određenom društvenom okruženju (političkoj stranci, vlasti, u medijima) prema određenom obeležju (rod, etnička pripadnost, starost).

Nizak nivo diverziteta - mera strukturne diskriminacije.

INKLUZIJA

Mehanizam za sprečavanje diskriminacije.

Ne podrazumeva samo uključivanje marginalizovanih grupa u dominantnu kulturu i institucije već stvaranje novih kultura i institucija kroz međusobni dijalog.

DISKRIMINACIJA

Nejednako postupanje prema jednakima i jednako postupanje prema nejednakima.

Može biti zasnovana na različitim ličnim svojstvima, koja su stvarna ili se samo pretpostavlja da ona postoje (rasa, boja kože, državljanstvo, nacionalna pripadnost ili etničko poreklo, jezik, versko ili političko ubeđenje, pol, rod, rodni identitet, seksualna orijentacija, polne karakteristike, nivo prihoda, imovno stanje, rođenje, genetske osobenosti, zdravstveno stanje, invaliditet, bračni i porodični status, osuđivanost, starosno doba, izgled, članstvo u političkim, sindikalnim i drugim organizacijama, itd.).

STEREOTIPI I PREDRASUDE

Izvori diskriminacije.

PREDRASUDA

Iracionalno mišljenje ili osećanje o drugima koji pripadaju specifičnim etničkim, religioznim ili socijalnim grupama stanovništva, formirano bez dovoljno promišljanja ili znanja (iracionalna sumnja ili čak mržnja prema jednoj celoj grupi ljudi).

STEREOTIP

Skup uverenja o ličnim karakteristikama neke grupe ljudi.

Klišei kroz koje ljudi vide nekoga ili nešto i nisu zasnovani na istini. (*Cambridge Dictionary*)

SEGREGACIJA

Prostorni odraz diskriminacije. Prostorno izdvajanje, izolovanje, određene grupe ljudi.

Odvajanje romske od neromske dece u školama, naseljavanje manjinskih grupa u getoe, nedozvoljavanje određenim grupama da borave na određenim javnim prostorima.

BIOGRAFIJA AUTORKE

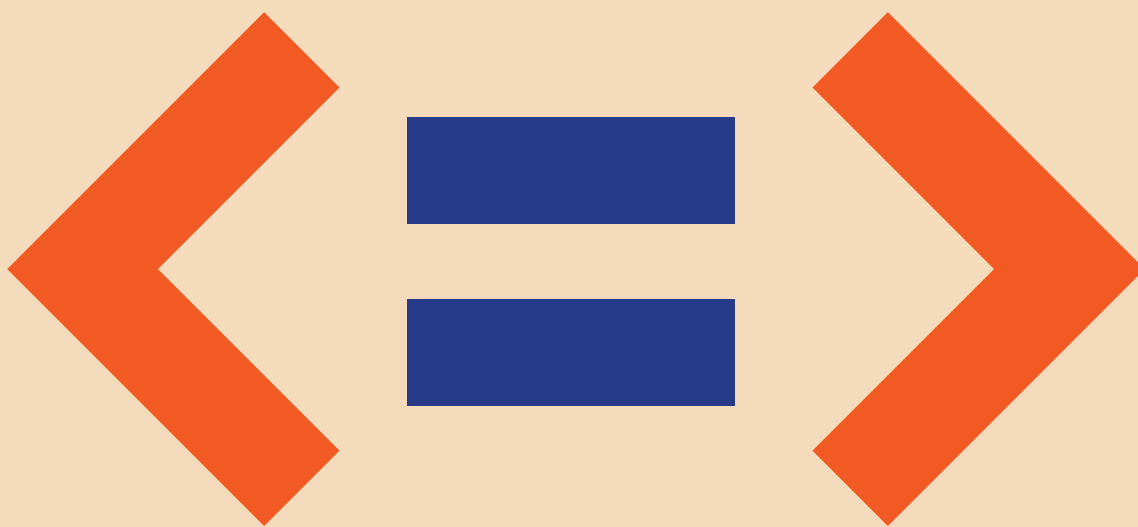
Vanja Đurić je diplomirana novinarka, master komunikolog u oblasti analize medijskog diskursa. Već tokom studija Žurnalistike na Filozofskom fakultetu u Novom Sadu izabrala je bavljenje ljudskim pravima, društvenim fenomenima, smanjenjem socijalne isključenosti, borbom protiv govora mržnje i izgradnjom mira u postkonfliktnim društvima. To su i ostali fokusi njenog novinarskog rada i narednih 20 godina, koliko je aktivna u domaćim i regionalnim medijima.

Profesionalnu karijeru gradila je u redakcijama beogradskog dopisništva mreže **Al Jazeera Balkans**, **TV N1 Srbija**, **Radio-televiziji Vojvodine** i novosadskom **Radiju 021**. Učestvovala je u pokretanju sajta **Fakenews Tragač** i bila prva urednica tog portala za dekonstrukciju lažnih vesti.





ISBN-978-86-82338-04-8



ISBN-978-86-82338-04-8

#MladiZaInkluziju **#FutureisYOUth** #Youth4Inclusion **#MedijskaPismenost**
#Inkluzija #Raznolikost **#RodnaRavnopravnost**