

NASTAVNA JEDINKA 9
MEDIJI
Viši razredi srednje škole

**Učestvovati u demokratiji preko medija
producenti i korisnici medija kao cenzori i selektori
političkog programa**

**9.1 Mi smo cenzori! Mi
odlučujemo šta želimo čitati**

**9.2 i 9.3 Mi smo cenzori! Mi odlučujemo kakve ćemo vijesti
ponuditi čitaocima**

**9.4 Kontroliramo li medije – ili mediji kontroliraju nas? Mediji
– instrument komunikacije i moći**

NASTAVNA JEDINKA 9

Mediji

Učestvovati u demokratiji putem medija

Uvod za nastavnike

1. U demokratiji učestvujemo preko medija

Učešće u društvu i politici je, u suštini, komuniciranje s drugima – primanje i davanje informacija preko medija. Građani koji ne mogu komunicirati preko medija, ne mogu učestvovati u društvu i politici.

Mediji nude mnoštvo načina komuniciranja i donose više informacija nego ikada prije, no oni istovremeno i kontroliraju šta i kako komuniciramo. Živimo u medijskoj kulturi. Moderna komunikacija koja se zasniva na medijima i koju mediji kontroliraju izazov je za svakog pojedinca.

Mediji, s jedne strane, nude fascinantne mogućnosti građanima koji su obrazovani u smislu medijske pismenosti i koji se stoga prema medijima mogu odnositi kritički i promišljeno, uspješno se noseći s ogromnim količinama informacija različitih vrsta i kvalitete.

S druge strane, mediji isključuju sve one koji si ne mogu priuštiti njihovo kupovanje, ili ne posjeduju vještine koje su potrebne za njihovo korištenje i procjenjivanje kvalitete informacija.

2. Medijska pismenost – ključna sposobnosti u obrazovanje za demokratiju i ljudska prava

Medijska pismenost možda je čak i *najbitnija* sposobnost u obrazovanju za demokratiju i ljudska prava. Podučavanje o ljudskim pravima direktno je povezano s medijskom pismošću. Sloboda medija i pravo na slobodan pristup informacijama ovise o sposobnosti ostvarivanja tih prava. Neujednačen nivo medijske pismenosti u društvu stvara novu dimenziju neujednačenih mogućnosti i nove oblike uključenosti i isključenosti.

U ovoj jedinki učenicima se nastoji pomoći da učine važan korak u razvijanju medijske pismenosti. Imaju priliku osjetiti kako kroz medije stvaramo svoju sliku stvarnosti – kao autori, ali i kao primaoci medijskih poruka. Obje ove uloge, na različite načine, funkcionišu kao cenzori i selektori programa, u smislu da se naša slika svijeta, a posebno politike, temelji i oblikuje uz pomoć medijskih poruka koje primamo nakon što su već prošle dva filtera – izbor koji su učinili autor ili producent, te onaj naš, dakle izbor korisnika medija.

U ovoj jedinki naglasak je stavljen na jedan vrlo važan vid medijske pismenosti: sve medijske poruke su konstruisane. Ima jako mnogo potencijala za transkurikularno podučavanje, na primjer jezika, analiziranjem specifičnog jezika kojim se mediji koriste (vidi nastavni materijal 9A – Naučiti što trebamo tražiti, br. 1 i 2).

3. Prikaz jedinke

Ova jedinka fokusira se na problem cenzure i selekcije programa kroz medije, te kako se to događa. Preuzimanjem različitih uloga učenici prolaze iskustvo iz obje perspektive: korisnika medija, ali i medijskih producenata.

1. Lekcija: Mi smo cenzori! Mi odlučujemo što želimo čitati.
2. i Lekcija 3: M i smo cenzori! Mi odlučujemo koje ćemo novosti ponuditi čitaocima.
4. Lekcija: Kontrolišemo li medije – ili mediji kontrolišu nas? Razmislite.

Učestvovati u demokratiji

U prvoj lekciji učenici postaju svjesni svoje uloge cenzora u vlastitu korist. Biraju između dvije različite novine, a pritom neke informacije odabiru, a druge odbacuju. Na taj način ostvaruju svoje ljudsko pravo na slobodan pristup i odabir informacija.

U drugoj i trećoj lekciji učenici rade na ključnom zadatku, malom projektu u kojem izrađuju zidne novine. Sada su ponovo u ulozi cenzora, no ovog puta su na strani onog koji šalje informacije, a ne na strani primatelja. Ostvaruju svoje ljudsko pravo na slobodne, necenzurisane novine.

U četvrtoj lekciji učenici se osvrću na svoje odabir i raspravljaju o moći koju imaju mediji – kao instrumenti komunikacije i moći. Postaju svjesni jakog konstruktivističkog elementa pri stvaranju naše slike o svijetu koju su oblikovali kreatori i primaoci informacija.

4. Konstruktivističko učenje i podučavanje

Ova jedinka učenicima nudi vrijeme i slobodu za konstruktivističko učenje. U konkretnom kontekstu medija, konstruktivističko učenje direktno se poklapa sa stvaranjem medijskih poruka u medijima. Medijsku poruku stvara neko ko ima na umu konkretan interes i stratešku namjeru („reći ili prodati“) te sam korisnik.

Nastavnik upoznaje učenike s pojmovima cenzure, selekcije programa, medijske kulture, slobode medija, i slobodnog pristupa informacijama kroz poduku, uz njihovo povezivanje s kontekstom konstruktivističkog učenja (vidi u nastavku tabelu s osnovnim pojmovima).

5. Izbor medija

U ovoj jedinki naglasak je na klasičnom štampanom mediju, novinama, koje mnogim mladim ljudima nisu prvi izbor. Zašto bi učenici u ovoj jedinki trebali čitati i proizvesti novinu?

1. Prvi razlog je pragmatične prirode. Proučavanje novina i stvaranje jednostavnih zidnih novina traži sredstva koja su posvuda dostupna, ali ne i velike novčane izdatke.
2. Iz didaktičke perspektive, jednostavan primjer funkcioniše bolje ako se na učenike želi prenijeti dio medijske pismenosti. Pisanjem tekstova rukom, izrezivanjem, lijepljenjem i crtanjem, učenici se vraćaju osnovama medijske proizvodnje. Čak i kod proizvodnje jednostavnih zidnih novina, osnovni fenomen „cenzure“ od strane urednika već postoji, jednako kao i princip stvaranja slike stvarnosti kroz primanje poruke.

Naravno, te osnovne značajke postoje i kod svih ostalih medija – radija, TV-a, fotografija svih vrsta, internetske komunikacije, SMS poruka. Svi ovi mediji ne samo da postavljaju veće zahtjeve u pogledu sredstava, ulaganjem sve većeg napora u smislu medijske proizvodnje, već i u pogledu medijske analize, ili dekonstrukcije.

3. Pristup u kojem se radi s novinama slijedi princip spiralnog nastavnog plana u ovom izdanju obrazovanja za demokratiju i ljudska prava. Zadatak koji učenici izvode u ovoj jedinki poklapa se s onim u 7. jedinki Knjige III, „Živjeti u demokratiji“, koji je namijenjen nižim razredima srednje škole. Razlika između tih jedinki je nivo promišljanja kod učenika ovisno o njihovoj dobi.

Osnovni pojmovi

Cenzura

Samo mali dio informacija koje se dnevno dostavljaju urednicima pojavljuje se u štampi. Urednici vijesti izdvajaju ono što se ne može objaviti. Jedan od kriterija je da li je informacija vrijedna objavljivanja – da li je relevantna i dovoljno zanimljiva? Drugi kriterij je raspoloživi prostor. Treći kriterij je ravnoteža koju čitaoci očekuju – između informacije i zabave, između politike, biznisa, sporta, vijesti iz života slavnih, itd.

I čitalac selektira većinu onog što novine nude. Svi iz iskustva znamo da obično izaberemo samo manji broj članaka i priča, i na kraju bacimo novine pročitavši samo 5-10% ponuđenog.

Princip *cenzure odnosno odabira* odnosi se i na druge masovne medije - TV i radio, internet i knjige.

Selekcija programa

Urednici vijesti snažno utiču na politički program. Kad neki problemi ili skandali privuku pažnju javnosti o njima se raspravlja, a kreatori politike često moraju reagovati na određeni način. I ovdje čitaoci moraju odigrati svoj udio u cijeloj priči – kako reaguju na iznijete probleme?

Kultura medija

Živimo u kulturi medija (vidi nastavni materijal 9A). U prošlom desetljeću pojavili su se načini komuniciranja i prenos informacija putem interneta, nakon kojih je uslijedila mobilna telefonija, a oba načina su vrlo privlačna, posebno mlađim generacijama. Osim toga, proces globalizacije podrška je sve većoj dominaciji medija. Medijske poruke su s tekstovnih prešle na slikovne informacije i proizvele izuzetan uticaj na navike komuniciranja i čitanja.

Slobodan pristup informacijama i slobodi štampe

Evropska konvencija o ljudskim pravima, član 10.1. (vidi nastavni materijal 2.6)

„Svako ima pravo na slobodu izražavanja. To pravo uključuje slobodu primanja i prenošenja informacija i ideja bez miješanja javne vlasti i bez obzira na granice....“

Vidi i Univerzalnu deklaraciju o ljudskim pravima, član 19. (nastavni materijal 2.5).

Proizvođači medija, jednako kao i korisnici, ostvaruju temeljna ljudska prava. Cenzura tih sloboda označava razliku između diktature i demokratije. Slobode i tehnološka revolucija kojima smo svjedočili nakon izuma računara i interneta iznjedrili su kulturu medija u kojoj danas živimo. Iskustvo je ambivalentno i tipično za procese modernizacije: ako se uspijemo nositi s tim potencijalom, dobivamo; ako ne možemo ispuniti zahtjeve, gubimo. Zbog toga je medijska pismenost ključna sposobnosti u obrazovanju za demokratiju i ljudska prava.

Razvijanje sposobnosti: povezanost s ostalim jedinkama ovog priručnika

Šta pokazuje ova tabela?

U naslovu ovog priručnika, *Učestvovati u demokratiji*, naglasak je na sposobnostima aktivnog građanina u demokratiji. Tabela pokazuje potencijal sinergijskih učinaka između jedinki u ovom priručniku. Iz tabele se vidi koje sposobnosti se razvijaju u 9. jedinki (označeni red tabele). Masno uokvirena kolona pokazuje sposobnosti političkog odlučivanja i djelovanja – uokvirena je zbog velike povezanosti s učešćem u demokratiji. Redovi koji slijede pokazuju povezanost s ostalim jedinkama priručnika: koje sposobnosti se uvježbavaju u tim jedinkama, a podrška su učenicima u 9. jedinki?

Kako možemo upotrijebiti ovu tabelu?

Nastavnici mogu na različite načine upotrijebiti ovu tabelu kao instrument za planiranje nastave u sklopu obrazovanja za demokratiju i ljudska prava.

- Tabela pomaže nastavnicima da postanu svjesni sinergijskih učinaka koji učenicima pomažu da trajno razvijaju važne sposobnosti, i to u različitim kontekstima koji su na mnogo načina povezani.
- Tabela pomaže nastavnicima koji samo nekoliko lekcija posvećuju obrazovanju za demokratiju i ljudska prava: nastavnik može izabrati samo ovu jedinku, a preskočiti ostale budući da zna da se neke ključne sposobnosti, u određenoj mjeri, razvijaju u ovoj jedinki – na primjer, razumijevanje važnosti medijske pismenosti, uvježbavanje temeljnih sloboda te odnos u između jednakosti i slobode.

Jedinke	Dimenzije razvijanja sposobnosti			Stavovi i vrijednosti
	Politička analiza i procjena	Metode i vještine	Učestvovati u demokratiji. Političko odlučivanje i djelovanje	
9 Mediji	Učestvujemo u demokratiji kroz medijsku komunikaciju. Producenti i korisnici medija funkcionišu kao cenzori	Konstruiranje i dekonstruiranje medijskih poruka	Upotreba medija kao sredstva emitiranja naših stavova i interesa	Svijest o ovisnosti percipiranja stvarnosti iz „druge ruke”, posebno u politici.
7 Ravnopravnost	Jednake mogućnosti učešća ovise o medijskoj pismenosti			Svijest o informacijama kao sredstvu moći
8 Sloboda	Sloboda medija i slobodan pristup informacijama		Cenzura i selekcija programa: ostvarivanje ljudskih prava	Svijest o informacijama kao sredstvu kontrolisanja moći i vlasti
3 Različitost i pluralizam	Pluralizam mišljenja i interesa odražavaju mediji			
6 Vlast i politika	Selekcija programa			

NASTAVNA JEDINKA 9: Mediji – Učestvovati u demokratiji putem medija

Producenti i korisnici medija kao cenzori i selektori programa

Tema lekcije	Razvijanje sposobnosti/cilj učenja	Zadaci za učenike	Materijali i sredstva	Metoda
Lekcija 1 Mi smo cenzori! Odlučujemo šta želimo čitati.	Kao cenzori za vlastitu korist, učenici postaju svjesni svojih sklonosti prema određenim medijima i porukama. I producenti i korisnici djeluju kao cenzori.	Učenici promišljaju o davanju prednosti određenoj novini.	Naslovnice dviju različitih novina, izdatih istog dana. Radni materijali 9.1-9.3, , flomasteri, makaze i ljepilo. Zbirka novina.	Plenarna izlaganja i rasprava. Predavanje. Grupni rad.
Lekcija 2 i 3 Mi smo cenzori! Odlučujemo koje ćemo vijesti ponuditi čitaocima da odaberu.	Saradnja u timu; donositi odluke, dogovoriti ciljeve i plan. Timsko upravljanje i nadzor. Medijski urednici sastavljaju vijesti koje oblikuju našu percepciju stvarnosti.	Učenici izrađuju zidne novine. Upoređuju svoje novine i odabir člana i vijesti.	Radni materijali 9.2 i 9.3. Stalak s papirom, flomasteri, makaze i ljepilo. Novine svih vrsta i kategorija.	Rad na projektu.
Lekcija 4 Kontroliramo li medije – ili mediji kontroliraju nas? Promišljanje.	Promišljanje o odabiru članaka i njihovom uticaju. Mediji su moćan instrument komunikacije i kontrole.	Učenici upoređuju i promišljaju o svom odabiru članaka i svojim odlukama.	Izložiti zidne novine. nastavni materijal 9A.	Izvjštavanje, plenarna rasprava. Predavanje.

Lekcija 1

Mi smo cenzori !

Odlučujemo šta želimo čitati

<p>Ova tabela sažima informacije koje su nastavniku potrebne u svrhu planiranja i izvođenja časa.</p> <p>Razvijanje sposobnosti odnosi se direktno na obrazovanje za demokratiju i ljudska prava.</p> <p>Cilj učenja pokazuje šta učenici znaju i razumiju.</p> <p>Zadatak (zadaci) koji se daju učenicima, uz metodu, važni su sastavni dijelovi procesa učenja.</p> <p>Kontrolni popis materijala predstavlja pomoć u pripremi časa.</p> <p>Raspored nastavniku omogućuje okvirno planiranje vremena.</p>	
Razvijanje sposobnosti	Kao cenzori za vlastitu korist, učenici postaju svjesni svojih sklonosti prema nekim medijima i porukama.
Cilj učenja	I producenti i korisnici djeluju kao cenzori. Mediji stvaraju našu sliku o svijetu. Imaju moć odlučiti šta ćemo naučiti (cenzura, selekcija programa). S druge strane, mi kao korisnici medija, cenzori smo za svoju vlastitu korist. Odabiremo ili odbacujemo neke medije i odlučujemo kojim ćemo porukama pokloniti pažnju.
Zadaci za učenike	Učenici promišljaju o svojim sklonostima prema određenoj novini.
Materijali i sredstva	Naslovnice dviju različitih novina, izdatih istog dana. U velikim razredima bi trebala biti dostupna dva ili tri primjerka iste naslovnice. Radni materijali 9.1-9.3, stalak s papirom, flomasteri, makaze i ljepilo. Zbirka novina.
Metoda	Plenarna izlaganja i rasprava. Predavanje. Grupni rad.
Raspored	1. dio: Nastavnik uvodi pojam cenzure. 25 min. 2. dio: Učenici planiraju projekt zidnih novina. 15 min.

Informacije

Kao korisnici, učenici reaguju na razlike između novina, pokazujući više sklonosti prema jednoj, a odbijajući drugu. Na osnovu tih sklonosti, učenici djeluju kao cenzori za vlastitu korist i pomaže im se da toga postanu svjesni.

Promjenom ugla gledanja, učenici shvataju da su i urednici odredili svoje prioritete i izvršili odabir. Kakav odabir i iz kojih razloga? Imajući na umu to pitanje, učenici započinju rad na projektu. Pronaći će odgovor ako urade isto – nastoje razumjeti medije proizvođači ih. Započnu rad na ključnom zadatku ove jedinice.

Nastavnikovo predavanje je povezano s procesom konstruktivističkog učenja. Nastavnik uvodi pojam cenzora nakon što su učenici isto vidjeli na djelu. S druge strane, učenici primjenjuju novi pojam u kasnijem projektu jer on sadrži osnovna pitanja koja se postavljaju u njihovom zadatku.

Opis lekcije

Priprema lekcije

Tri sedmice prije početka rada na ovoj lekciji, nastavnik traži da učenici prikupe štampane medije – novine, časopise, dnevnike, reklamne prospekte, itd. Važno je da prikupe i fotografije. Od učenika se traži da te materijale donesu u školu, na prvi čas kada započinje rad na ovoj jedinki.

Ovisno o raspoloživom prostoru, materijale treba izložiti na školskim klupama u učionici. Učenici će ih koristiti u izradi zidnih novina u sklopu 2. i 3. lekcije.

I nastavnik prikuplja novine i časopise. Pripremajući prvu lekciju, nastavnik se služi tim materijalima i izdvaja po dvije naslovnice različitih novina. Naslovnice za sve grupe trebaju biti iz istog izdanja da bi se na taj način omogućila uporedba unutar grupa, kao i uporedba njihovih rezultata u plenarnom dijelu. Svaka grupa treba imati po jedan par naslovnica iz raznih novina. Ovisno o mogućnostima učenika, mogu se upotrijebiti i naslovnice na stranim jezicima.

Na internetskoj stranici www.newseum.org mogu se pronaći PDF verzije (veličina A4) najnovijih naslovnica mnogih evropskih novina. Ako ih nastavnik želi upotrijebiti, treba ih fotokopirati kao radne materijale za učenike, a ne ih samo izložiti na tabli (vidi korak 1.1 u nastavku).

1.dio : Nastavnik uvodi pojam cenzora

Korak 1.1: Učenici govore o tome kojoj novini daju prednost

Nastavnik stavlja dvije naslovnice novina na tablu. One su međusobno suprotstavljene, na primjer:

- tabloid i kvalitetne novine;
- regionalne i nacionalne novine;
- novine koje odražavaju razna politička opredjeljenja, npr. socijaldemokratska i neoliberalna.

Ako raspolazete s nekoliko primjeraka iste naslovnice, treba ih izložiti s dovoljno međuprostora, kako bi ih svi učenici dobro vidjeli. U velikim učionicama, to će omogućiti veliku uštedu vremena.

Učenici izlaze i u tišini proučavaju dvije naslovnice.

Nastavnik traži da se učenici okupe ispred novine kojoj su dali prednost. Formiraju dvije grupe, a ako je potrebno i treću, kojoj se ne sviđa niti jedna od te dvije novine. Učenici u grupi kratko razmjenjuju svoja mišljenja pa zatim u plenarnom krugu iznose razloge zbog kojih su odabrali neku novinu.

Nastavnik sluša i moderira razmjenu mišljenja, ali ne komentariše ni izjave učenika niti njihov izbor.

Korak 1.2: Uputa: osnovni pojam cenzora

Nastavnik drži kratko predavanje i uvodi pojam cenzora i njegovo dvostruko značenje. Povezuje ga s kontekstom koji su učenici dali u koraku 1.1. Kao što su učenici pokazali, obično iskazujemo jasnu naklonost prema jednim novinama, jer se novine jako razlikuju. Dajemo prednost jednim novinama, odbijamo druge. U svakodnevnom životu, čak često više volimo koristiti druge medije kao izvor informacija, npr. TV ili internet. U toj vrlo značajnoj situaciji, funkcionišemo kao cenzori. Odlučujemo kojem mediju i kojim informacijama iz tog medija poklanjamo našu pažnju. Mediji ovisе o nama – bez naše pažnje, njihov bi napor bio uzaludan.

Nastavnik potom mijenja ugao gledanja: ne funkcionišu samo čitaoci kao cenzori, već to čine i urednici novina. Oni odlučuju što će nam ponuditi da izaberemo. U tom smislu ovisimo o medijima – primamo isključivo informacije koje su oni odabrali.

Pojam cenzora ima dva značenja: i producenti i korisnici medija odlučuju koje su poruke važne. U politici su cenzori ujedno i selektori programa.

Jasno je da i urednici vrše odabir – različite vrste, što pokazuju naslovnice njihovih novina. Zbog čega? Učenici će istražiti to pitanje u projektu koji slijedi.

2. dio: Učenici planiraju projekt izrade zidnih novina

Radni materijali za učenike 9.1-9.3.

Korak 2.1 Nastavnik učenicima objašnjava zadatak

Učenici formiraju grupe od četiri do šest članova i utvrđuju izdavačke timove. Sljedeće dvije lekcije namijenjene su izradi zidnih novina.

Odigrat će ulogu cenzora koju imaju urednici i bavit će se sljedećim pitanjima:

- Koje teme ćemo izabrati?
- Koju temu ćemo izabrati kao „mamac“ ili uvodnik?
- Šta možemo ili moramo izbaciti zbog ograničenog prostora?

Učenici moraju postati svjesni da postavljena pitanja pokazuju šta sloboda štampe u praksi znači – uživati slobodu, ali i prihvatiti odgovornost rješavanja teških problema.

Nastavnik zatim objašnjava tehničku stranu priče. Učenici mogu upotrijebiti do dva papira sa stalka s papirom. Svoje članke ispisuju rukom. Mogu pretražiti kolekciju novina koju su prikupili kako bi pronašli fotografije ili dijagrame, ili mogu upotrijebiti druge medije radi dobivanja različitih informacija. Međutim, ograničeni su i prostorom i vremenom. Njihove zidne novine moraju biti izložene po završetku sljedeće lekcije.

Učenici spajaju školske klupe da bi osigurali dovoljno veliku površinu na koju će položiti list papira sa stalka s papirom.

Korak 2.2 Učenici započinju rad na projektu

Sljedeći nastavnikove upute, učenici počinju čitati radne materijale. Ako im vrijeme to dopusti, nastavljaju sa sljedećim koracima.

Lekcija 2 i 3

Mi smo cenzori!

Odlučujemo koje ćemo vijesti ponuditi čitaocima da izaberu šta žele čitati

<p>Ova tabela sažima informacije koje su nastavniku potrebne u svrhu planiranja i izvođenja časa.</p> <p>Razvijanje sposobnosti odnosi se direktno na obrazovanje za demokratiju i ljudska prava.</p> <p>Cilj učenja pokazuje šta učenici znaju i razumiju.</p> <p>Zadatak (zadaci) koji se daju učenicima, uz metodu, važni su sastavni dijelovi procesa učenja.</p> <p>Kontrolni popis materijala predstavlja pomoć u pripremi časa.</p> <p>Raspored nastavniku omogućuje okvirno planiranje vremena.</p>	
Razvijanje sposobnosti	Saradnja u timu; donošenje odluka, dogovor o ciljevima i rasporedu. Upravljanje timom i nadzor.
Cilj učenja	Medijski urednici sastavljaju i kontrolišu vijesti koje oblikuju našu percepciju stvarnosti. Kao cenzori i selektori programa, mediji na vrlo diskretan način ostvaruju moć.
Zadaci za učenike	Učenici izrađuju vlastite zidne novine. Međusobno ih upoređuju, kao i ono što su odabrali.
Materijali i sredstva	Radni materijali za učenike 9.2 i 9.3; stalak s papirom, flomasteri, makaze i ljepilo. Novine svih vrsta i kategorija.
Metoda	Rad na projektu.
Raspored	1. Rad na projektu: učenici uređuju i izrađuju zidne novine. 60 min. 2. Učenici čitaju zidne novine koje je izradila druga grupa. 20 min.

Informacije

Druga i treća lekcija posvećene su suštinskom dijelu ove jedinice, projektu u kojem učenici preuzimaju ulogu urednika i izrađuju vlastite novine. Bavit će se istim pitanjima – koje teme i događaje uključiti, ili izbaciti, te raspraviti o kriterijima za odabir. Osim toga, zadatak izrade zidnih novina u roku od jednog sata jako je zahtjevan pa učenici moraju upotrijebiti svoje vještine planiranja i upravljanja vremenom.

Predložimo i veličinu zidnih novina jer se čini da ona svugdje funkcioniše. Tehničke pojedinosti izrade novina nisu važne. Učenici mogu rukom pisati svoje novinarske priče.

Izrada zidnih novina vraća ih na sam početak i omogućuje im da se fokusiraju na bitne komponente uređivanja novina i prethodnog izbora tema.

Kod učenja kroz zadatke, nastavnikova uloga je uloga „asistenta“ koji pruža podršku učenicima ako trebaju dodatni materijal, dostupnost računara, i sl. Nastavnik također prati učenike kada ocjenjuju nivo svojih vještina i sposobnosti. Sluša njihove rasprave i čita zidne novine dok su u izradi. To sve nastavniku omogućuje da pripremi kratko, ali važno predavanje u okviru 4. lekcije.

Opis lekcije

1. dio: Učenici uređuju i izrađuju svoje zidne novine

Radni materijali za učenike 9.1-9.3

Učenici rade u grupama. Dodjeljuju tri uloge članovima tima: ulogu glavnog urednika, kontrolora vremena i govornika.

Slijede i prilagođavaju plan rada u skladu s radnim materijalom 9.3.

Ako između 2. i 3. lekcije ima praznog hoda, projektni materijal treba spremati na sigurno mjesto. Nastavnik i učenici dogovaraju ko će biti odgovoran za taj zadatak.

Na osnovu radnog materijala 9.3, reporteri pripremaju svoja izlaganja u plenarnom dijelu 4. lekcije.

2.dio: Učenici čitaju zidne novine

Otprilike na polovini treće lekcije, učenici u učionici predstavljaju svoje zidne novine. Naizmjenično, prije početka sljedeće lekcije obrazovanja za demokratiju i ljudska prava, čitaju zidne novine drugih grupa.

Lekcija 4

Kontrolišemo li mi medije – ili mediji kontrolišu nas?

Mediji – instrumenti komunikacije i moći

<p>Ova tabela sažima informacije koje su nastavniku potrebne u svrhu planiranja i izvođenja časa.</p> <p>Razvijanje sposobnosti odnosi se direktno na obrazovanje za demokratiju i ljudska prava.</p> <p>Cilj učenja pokazuje šta učenici znaju i razumiju.</p> <p>Zadatak (zadaci) koji se daju učenicima, uz metodu, važni su sastavni dijelovi procesa učenja.</p> <p>Kontrolni popis materijala predstavlja pomoć u pripremi časa.</p> <p>Raspored nastavniku omogućuje okvirno planiranje vremena.</p>	
Razvijanje sposobnosti	Promišljanje o odabiru i njegovom uticaju.
Cilj učenja	Mediji su moćan instrument komunikacije i kontrole.
Zadaci za učenike	Učenici upoređuju i promišljaju o svojim odabirima i odlukama.
Materijali i sredstva	Izlaganje zidnih novina. Nastavni materijal 9A.
Metoda	Izvještavanje, plenarna rasprava. Predavanje.
Raspored	1. Učenici upoređuju svoje odabire i odluke. 15 min.
	2. Učenici promišljaju o sastavljanju poruka. 10 min.
	3. Predavanje nastavnika: selekcija tema, cenzura. 5 min.
	4. Rasprava. 10 min.

Informacije

Učenici se osvrću na svoje iskustvo u ovom projektu. Ne čitaju zidne novine jedni drugima radi informacija već se fokusiraju na odluke oko odabira tema i slika – istražuju ulogu medija kao cenzora i selektora tema.

Reporterer daju popratne informacije o raspravama u timovima, a učenici upoređuju i osvrću se na stečeno iskustvo.

Nastavnik dodaje pojmove – mediji kao cenzori i selektori tema – u kratkom predavanju. To je primjer kako se konstruktivističko učenje sistemnom podukom obogaćuje. Učeničko iskustvo stvara kontekst u kojem nastavnikova poduka nudi novi ugao gledanja i učenicima omogućava da svoje iskustvo razumiju na naprednijoj, apstraktnoj razini razmišljanja i razumijevanja.

Moguća su različita mišljenja o proširivanju ovog projekta i primjeni stečenih znanja. O njima se može razgovarati na kraju lekcije.

Opis lekcije

Od učenika se očekuje da, prije ove lekcije, pročitaju zidne novine drugih učenika.

1. dio: Učenici objašnjavaju i upoređuju svoje odabire

Naizmjenično, svaki govornik izvještava o odlukama koje je donio njegov tim i objašnjava razloge za te odluke. Uz pomoć bilješki (radni materijal za učenike 9.3), govornici se osvrću na sljedeće teme:

- izbor uvodnika;
- koje teme je tim razmatrao i zbog čega su neke teme uključene, a druge izostavljene;
- izbor fotografija;
- ostale teme i važna pitanja.

U izlaganjima je naglasak na odlukama koje se tiču cenzure i selekcije tema, a ne sadržaja samih novina. One su materijal na koji se nastavnik fokusira u svom kratkom predavanju, naglašavajući zajedničko iskustvo timova, dodavajući neke osnovne pojmove medijske pismenosti. Na taj način konstruktivističko učenje daje kontekst za prenos konceptualnog znanja kroz sistematsku i kratku poduku.

2. dio: Učenici se osvrću na sastavljanje poruka

Nastavnik traži da učenici uporede razloge zbog kojih su njihovi timovi donijeli određene odluke.

Možemo li prepoznati neke prevladavajuće kriterije, npr. da li je nešto vrijedno objavljivanja? U kojoj mjeri smo uzeli u obzir takmičenje – npr. upotrijebivši nešto što upada u oči?

Izvještaji govornika i uporedba odabira može dovesti do kritičke rasprave. Učenici mogu raspravljati o snažnom uticaju medija na vrstu informacija koje primamo, ili na nešto što nikada ne čujemo. Nastavnik moderira raspravu. Budući da će uskoro uzeti riječ, nije potrebno komentarisati učeničke izjave.

3. dio: Predavanje nastavnika

Korak 3.1 Osnovno predavanje

Nastavni materijal 9A

Kao što je gore rečeno (vidi 1. dio), nastavnik povezuje tačke iz ovog kratkog predavanja s kontekstom u pogledu iskustva te pitanja koja su učenici postavili. To zahtjeva određenu fleksibilnost u predstavljanju sljedećih ključnih izjava:

1. Sve medijske poruke su konstruisane. Jedan od osnovnih elemenata konstrukcije poruka je odabir malobrojnih informacija koje se pretvaraju u priče, te izbacivanje brojnih drugih informacija. Učenici su istraživali ovaj vid konstrukcije poruka kada su uređivali svoje zidne novine.
2. Odabirući i odbacujući informacije, urednici vijesti i medijski producenti djeluju kao cenzori i selektori tema. Snažno utiču na javno mnijenje i političko odlučivanje, kao i na način na koji učestvujemo u demokratiji. U kojoj mjeri se to iskustvo pretvara u kontrolu ovisi o tome da li ostvarujemo svoju ulogu cenzora ili ne.

Ove dvije izjave usko su povezane s učeničkim iskustvom u ovom malom projektu. Nastavnik može ovdje zaustaviti unos informacija jer ima dovoljno materijala za razmišljanje, ali može i dodavati teme, ovisno o interesima učenika i njihovim pitanjima. U tom slučaju će se vremenski okvir možda morati proširiti.

Korak 3.2 Proširivanje predavanja

1. S druge strane, kao trgovačka društva, mediji se međusobno takmiče u cilju privlačenja naše pažnje. Medijski producenti nastoje udovoljiti interesima i očekivanjima čitateljstva. Njihov komercijalni uspjeh ovisi o izboru koji su izvršili korisnici medija.
2. Da bismo dobili predodžbu o svijetu oko nas, ovisimo o medijima. U ovoj lekciji, učenici se fokusiraju na klasične medije tj. novine. Međutim, pojavile su se nove vrste medija i koristimo ih u različite svrhe. Još uvijek imamo klasične masovne medije (difuzni mediji) – časopisi, novine, TV i radio – koje uglavnom koristimo kao izvore informacija i zabave. Zatim, imamo medije koji se temelje na internetu (internetske stranice, *e-mail*, blogovi, *facebook* i slične mreže, *twitter*) te SMS. Koristimo ih u različite svrhe, no većinom za međusobnu komunikaciju i, kao što učenici najbolje znaju, mlada generacija o njima zna više od svojih roditelja i većine nastavnika.
3. Danas živimo u medijskoj kulturi. Društvo je mreža interakcija između njegovih članova. Društvena interakcija je u velikoj mjeri komunikacija. Komunikaciju podupiru, usmjeravaju i oblikuju mediji, a medijske poruke ne samo da odražavaju već i narušavaju stvarnost.

4.dio: Rasprava kao nastavak i zaključni dio jedinke

Učenici moraju imati priliku reagovati na nastavnikovo predavanje.

Mogu postavljati pitanja, radi boljeg razumijevanja, ili mogu problematizirati moć masovnih medija kao cenzora i selektora tema.

Nastavnik na kraju postavlja pitanje da li i kako nastaviti ovaj projekt, te u tu svrhu predlaže neku od sljedećih ideja:

- Zidne novine se mogu izložiti u školi.
- Učenici mogu pozvati profesionalnog novinara da posjeti razred. Mogu mu pokazati svoje novine, tražiti povratne informacije i s njim raspraviti pitanje cenzure.
- Izdavački tim može nastaviti ovaj projekt novosti u školi i izraditi školske (zidne) novine.
- Učenici mogu izvijestiti o medijima koji najsnažnije oblikuju i utiču na javno mnijenje.
- Učenici se mogu držati problema o kojem su izvještavali i krenuti u akciju. Moguće je povezivanje s ostalim jedinkama ovog priručnika.

Nastavni materijal 9A

Vještine i strategije za obrazovanje o medijima

napisala Elizabeth Thoman

Od trenutka jutarnje zvonjave budilnika pa dok ne zaspemo, uz kasnovječernju razgovornu emisiju, izloženi smo stotinama, pa i hiljadama slika i ideja ne samo s televizije, već iz novinskih naslova, sa stranica časopisa, iz filmova, s internetskih stranica, fotografija, video-igara i oglasnih panoa. Neki današnju mladu generaciju nazivaju *screenagerima*.¹⁹

Do nedavno, malo je ljudi dovodilo u pitanje sve veću dominaciju medija u našim životima. Oni koji su to činili, obično bi naglasak stavljali na pitanje sadržaja, poput količine seksa i nasilja na televiziji i u filmovima. Neki su zagovarali cenzuru, dok su drugi samo savjetovali porodicama isključivanje televizije. Činjenica je, međutim, da iako TV aparat možete isključiti, od današnje medijske kulture možete pobjeći jedino ako se popnete na vrh neke planine. Mediji ne samo da utiču na našu kulturu. Oni **jesu** naša kultura.

Ključna uloga medija u globalnoj kulturi je razlog zbog kojeg medijska cenzura neće nikada zaživjeti. Ono što je umjesto toga nužno jeste ponovno razmotriti ulogu medija u našim životima – to razmatranje mora uzeti u obzir pomak s obrasca štampane kulture na kulturu slike, pri čemu se ova druga razvija posljednjih 150 godina, od izuma fotografije i sposobnosti da izdvojimo neki predmet, ili sličnost iz nekog konkretnog vremena ili mjesta koji će pritom i dalje ostati stvarni, vidljivi i trajni.²⁰

Kroz razdoblje od 500 godina pridavali smo važnost sposobnosti čitanja novina kako bismo u potpunosti mogli učestvovati u društvu kao informisani građani i obrazovani ljudi. Danas porodica, škola i sve institucije zajednice, uključujući i one medicinske i zdravstvene, imaju zajedničku odgovornost da mlade ljude pripreme za život u svijetu moćnih slika, riječi i zvukova.²¹ Nazovimo to „medijskom pismenošću“.

Šta je medijska pismenost?

Upravo ono što nam govore te dvije riječi – sposobnost tumačenja i stvaranja ličnog mišljenja iz stotina pa čak i hiljada verbalnih i vizualnih simbola koje svakodnevno primamo s televizije, radija, računara, iz novina i časopisa i, naravno, s reklama.

To je sposobnost odabiranja i selektiranja, sposobnost osporavanja i propitivanja, sposobnost da postanemo svjesni onog što se oko nas događa, a ne da budemo pasivni, pa posljedično i ranjivi.

„Mlade ljude moramo pripremiti za život u svijetu moćnih slika, riječi i zvukova.“ UNESCO, 1982.

Istraživači koji proučavaju medije sada govore da su se televizija i masovni mediji toliko ukorijenili u naš kulturni milje da više ne bismo smjeli zadaću obrazovanja o medijima smatrati pružanjem „zaštite“ od neželjenih poruka. Naš cilj mora biti pomoći ljudima da postanu kompetentni, kritični i pismeni kada je riječ o svim medijskim oblicima kako bi mogli kontrolisati interpretaciju onog što vide i čuju, a ne dopustiti da interpretacija kontroliše njih. Len Masterman, autor djela „Poučavati o medijima“ (*Teaching the Media*), to naziva „kritičkom autonomijom“.²²

Druge definicije naglašavaju da medijska pismenost nije u toj mjeri konačna ukupnost znanja, koliko je to vještina, proces, način razmišljanja koji se, poput sposobnosti razumijevanja kod čitanja, neprestano razvija. Biti medijski pismen ne znači memorisati činjenice ili statistiku vezanu za medije, već to znači postavljati prava pitanja o onom što gledate, čitate ili slušate.²³ U središtu medijske pismenosti je princip propitivanja.

19. Rushkoff, Douglas, „Igrati se budućnosti: Kako nas dječja kultura može poučiti da napredujemo u doba haosa“ *Playing the Future: How Kids' Culture Can Teach Us to Thrive in an Age of Chaos*, („Igrati se budućnosti: Kako nas dječja kultura može poučiti da napredujemo u doba kaosa“), 1996.

20. Iz djela Stewarta Ewena, posebno *All Consuming Images: The Politics of Style in Contemporary Culture* („Sveobuhvatne slike: Politika stila u savremenoj kulturi“), 1988.

21. Iz konačnog izvještaja, UNESCO *International Symposium on Education of the Public in the Use of Mass Media* (Međunarodni simpozij o obrazovanju javnosti o korištenju masovnih medija), Grunwald, 1982.

22. Masterman, Len, *Teaching the Media* („Podučavanje o medijima“), 1989, poglavlje 2.

23. Iz definicije misije časopisa *Media&Values* koji je u periodu od 1977-93. izdavao Centar za medijsku pismenost (*Center for Media Literacy*).

Naučiti šta trebamo tražiti

Šta djeca (i odrasli, također) trebaju znati o medijima? Tokom proteklih godina, stručnjaci za medijsko obrazovanje prepoznali su pet stvari koje bi svako trebao imati na umu kada je riječ o medijskim porukama, bez obzira da li one stižu upakovane kao TV *sitcom*, kompjuterska igrice, muzički video, oglas u časopisu ili film u kino-dvorani.²⁴

1. Sve medijske poruke su „konstruisane”

Bez obzira da li gledamo večernje vijesti ili prolazimo pokraj reklamnog panoa na ulici, medijsku poruku koju primamo neko je napisao (vjerovatno nekoliko ljudi), snimljene su fotografije, što je u konačnici sve spojio neki kreativni grafički dizajner. Međutim, to je više od samo fizičkog procesa. Ono što se zapravo dogodilo je da je nešto što je smislilo ili „konstruisalo“ samo nekoliko ljudi odjednom za nas ostale postalo „tako i nikako drugačije“. Pritom je važno naglasiti da mi kao gledateljstvo ne vidimo i ne čujemo riječi, slike ili aranžmane koji su u procesu stvaranja bili odbačeni. Ono što vidimo, čujemo ili pročitamo je samo ono što je u konačnici prihvaćeno.

Vrlo važno je pomoći ljudima da se snađu živeći u globalnom i tehnološkom društvu, a to ćemo uspjeti ako im pomognemo da shvate kako nastaju medijske poruke, šta je ispušteno te kako mediji oblikuju ono što saznajemo i razumijevamo o svijetu u kojem živimo.

2. Medijske poruke stvarane su uz pomoć jezika kojim upravljaju njegova vlastita pravila

Svaki oblik komunikacije, bez obzira da li se radi novinama, TV igrama ili filmovima strave i užasa, ima svoj vlastiti stvaralački jezik: zastrašujuća muzika pojačava osjećaj straha, kamera koja snima u krupnom planu sugerše intimnost, veliki naslovi signaliziraju važnost. Razumijevanje gramatike, sintakse i metaforički sistem medijskog jezika povećava naše uvažavanje i uživanje u medijskim događanjima i pomaže nam da budemo manje podložni manipulaciji. Jedan od najboljih načina da naučimo kako nastaje neki medijski proizvod je da učinimo upravo to – da snimimo svoj lični video, osmislimo internetsku stranicu naše izviđačke organizacije ili pokrenemo reklamnu kampanju kako bismo djecu upozorili na duhansku opasnost.

3. Različiti ljudi različito doživljavaju iste medijske poruke

Zbog razlike u godinama, odgoju i obrazovanju, ne postoji dvoje ljudi koji vide neki film na isti način ili čuju sasvim identičnu pjesmu na radiju. Čak ni roditelji i njihova djeca ne vide isti TV show! To shvaćanje pobjeđuje stajalište prema kojem se TV gledatelji samo pasivno izležavaju pred televizorom. Možda tog i nismo svjesni, no svi mi, čak i djeca koja su tek prohodala, neprestano nastojimo shvatiti smisao onog što vidimo, čujemo ili čitamo. Što više pitanja možemo postaviti o onom što doživljavamo, to smo oprezniji s odlukom da li prihvatiti ili odbiti neku poruku. Istraživanja su pokazala da djeca svih uzrasta s vremenom mogu naučiti vještine, primjerene njihovoj dobi, koje su poput novih naočala s kojima mogu „čitati“ svoju medijsku kulturu.²⁵

4. Mediji su u prvom redu biznis čiji je jedini motiv profit

Novine svoje stranice najprije popunjavaju oglasima; preostali prostor posvećen je vijestima. Isto tako svi dobro znamo da su reklame sastavni dio glavnine televizijskog programa koji nam se nudi. Ono što mnogi ne znaju jeste činjenica da ono što se zaista prodaje preko televizije nisu samo reklamirani proizvodi koji se prodaju gledateljstvu, već se i gledateljstvo prodaje oglašivačima!

24. Prilagođeno iz dokumenata o medijskom obrazovanju Engleske i Kanade. Prvo izdanje u SAD-u pod naslovom *Five Important Ideas to Teach Your Kids about TV* („Pet važnih ideja o tome kako poučiti vašu djecu oTV-u“) autora Jay Davis *Media&Values* #52/53; jesen, 1990.

25. Hobbs, Renee, *Tuning in to Media: Literacy for the Information Age* („Prilagođavanje medijima: pismenost za informacijsko doba“), 1995 video, na tržište stavio Centar za medijsku pismenost.

Prava svrha programa koje gledamo na komercijalnoj televiziji, bez obzira radi li se o vijestima ili zabavi, nije samo omogućiti zabavu već stvoriti gledateljstvo (i staviti ga u receptivno raspoloženje) tako da mreža ili lokalna postaja može sponzorima prodati vrijeme za oglašavanje njihovih proizvoda. Svaka sekunda se računa! Sponzori plaćaju vrijeme na osnovu broja ljudi koji će, prema predviđanjima TV stanice, gledati televizijski program. Sponzori, osim toga, namjenjuju svoju poruku konkretnoj vrsti gledatelja, na primjer, ženama od 20-35 godina koje troše novac na oglašavane proizvode, ili djeci od 2-7 godina koja utiču na roditeljsko trošenje novaca.

Možda to i nije ono što želimo, no u stvari, većinu medija su nam omogućile, kako kaže George Gerbner, privatne globalne korporacije koje nešto žele prodati, a ne porodica, crkva, škola ili čak vlastita zemlja koja ima šta reći.²⁶

5. Mediji imaju usađene vrijednosti i stajališta

Mediji, zbog toga što su konstruisani, nose podtekst o tome ko i šta je važno u najmanju ruku osobi ili osobama koje stvaraju određenu konstrukciju. Osim toga, mediji pričaju priče (čak i reklame pričaju neku brzu i jednostavnu priču), a pričama su potrebni likovi, mjesto radnje, početak, sredina i kraj. Izbor dobi, spola ili rase, pomiješani sa stilovima života, stavovima i prikazanim ponašanjima, izabrano okruženje (urbano? ruralno? imućno? siromašno?) te akcije i reakcije za vrijeme radnje samo su neki od načina na koje vrijednosti bivaju „usađene“ u neki TV show, film ili reklamu.

Važno je naučiti kako „čitati“ razne vrste medijskih poruka kako bismo otkrili stajališta koja su u njih ugrađena. Tek tada možemo odlučiti hoćemo li prihvatiti ili odbaciti sve te poruke dok svakodnevno krčimo put kroz okruženje prepuno raznih medija.

Pet osnovnih pitanja koja možemo postaviti kada je riječ o bilo kojoj medijskoj poruci

Naučiti šta pitati

Iz ovih pojmova proizlazi niz od pet osnovnih pitanja²⁷ koja se mogu postaviti u vezi s bilo kojom medijskom porukom. Obratite pažnju na to kako svako od njih otvara slojeve sve detaljnijih pitanja:

1. Ko je autor ove poruke i zašto je šalje?
2. Koje tehnike su upotrebljene da bi privukle moju pažnju?
3. Koji stilovi života, vrijednosti i stajališta su predstavljeni u poruci?
4. Mogu li drugi ljudi ovu poruku razumjeti drugačije?
5. Šta je u ovoj poruci ispušteno?

Postupak ispitivanja se primjenjuje na konkretan medijski „tekst“ – prepoznatljivu proizvodnju ili publikaciju, ili dio nje: jednu epizodu *Power Rangersa*, reklamu za Pepsi, jedno izdanje časopisa OK, pano-reklamu za Sarajevsko pivo, fotografije i članke o pljački banke na naslovnici nekih novina, televizijski prijenos nogometnog prvenstva. (...).

Bitna pitanja

Da bismo postali odrasli koji dobro funkcionišu u društvu prepunom medija, moramo biti u stanju napraviti razliku između različitih medijskih oblika, znati postaviti bitna pitanja i poznavati osnovne, gore opisane pojmove. Iako je većina odraslih na časovima književnosti naučila razlikovati pjesmu od eseja, zaprepašćuje činjenica da mnogi ne znaju razliku između dnevnih novina i tabloida koje izdaju velike samopsluge.

26. Gerbner, George, *Television Violence and the Art of Asking the Wrong Question* („Televizijsko nasilje i umijeće postavljanja pogrešnog pitanja“), u *The World & I: A Chronicle of our Changing Era* (Svijet i ja: Kronika našeg promjenjivog doba), srpanj, 1994.

27. Zahvala Renée Hobbs za trud oko artikulisanja ovih bitnih pitanja tokom njenog rada u razredu.

Kako se sada informacije o domaćim i svjetskim događanjima sve više prenose preko televizije i interneta, pojedinci moraju naučiti kako sami dokazati istinitost informacija, kako provjeriti izvore i uporediti i suprotstaviti različite verzije iste informacije da bismo mogli otkriti pristranost ili kontrolu političkog „spina“ (...).

Tri koraka do uspjeha: prikaz učinkovitog programa medijske pismenosti

„Medijska pismenost” je pojam koji obuhvaća tri međusobno povezana pristupa koji imaju za cilj svim građanima, bez obzira na dob, prenijeti potrebna znanja o medijima:

Prvi pristup je osvijestiti važnost dobro uravnotežene i vođene medijske „konzumacije“ – pomoći djeci i porodicama da odaberu ono što je zdravo, te da uspješno kontroliraju količinu vremena provedenog uz televiziju, gledanje videa, kompjuterske igrice, filmove i razne štampane medije.

Drugi pristup je podučavanje posebnih vještina kritičkog gledanja – naučiti analizirati i propitivati ono što je na ekranu, kako je stvarano i što je možda izostavljeno. Vještina kritičkog gledanja medija najbolje se uči na nastavi koja se temelji na istraživanju i interaktivnim grupnim aktivnostima te kreiranju i proizvodnji vlastitih medijskih poruka.

Treći pristup – društvena, politička i ekonomska analiza ide dublje od samog ekrana (preko kojeg primamo medijske slike) s ciljem detaljnijeg istraživanja o tome ko proizvodi medije koje pratimo i u koju svrhu? Kakav je uticaj medija u našoj kulturi i kako pristupamo problemima kao što su medijsko nasilje, rasni stereotipi i potrošačka kultura (konzumerizam)?

Kroz istraživanje, raspravu i projekte postupanja odrasli, jednako kao i mladi, posmatraju kako svako od nas (i svi mi zajedno u društvu u kojem živimo) uzima i tumači svoja medijska iskustva te kako masovni mediji upravljaju našim globalnim potrošačkim ekonomijam. Ovaj pristup može izvršiti pripremu za različita medijska nastojanja u smislu osporavanja ili zaštite općeg interesa ili korporativnog ponašanja.

Iako se možda čini da televizija i elektronski mediji nude najuvjerljivije razloge promovisanja medijskog obrazovanja u suvremenom društvu, principi i praksa medijske pismenosti mogu se primijeniti jednako na sve medije, od televizije do reklamnih majica, od panoa do interneta.

Skraćeni tekst

©2003 Center for Media Literacy

www.medialit.org/

Za niz dodatnih modela medijskog obrazovanja posjeti www.media-awareness.ca/