

UNITATEA 7: Un ziar al clasei

Înțelegerea mass-media prin producerea de mass-media

Peste tot în lume, prezența și impactul mass-media au crescut în ultimii ani. Cu cât viețile noastre devin mai complexe și interdependente, cu atât ne bazăm mai mult pe informații pentru a înțelege influențele și evoluțiile care ne afectează. Pentru orice informație cu privire la chestiuni ce depășesc sfera noastră de experiență personală și percepție imediată, trebuie să ne bazăm pe un mediu de informare.

Cu toate acestea, accesul individual la diferite forme de media variază foarte mult. Acest lucru afectează nivelul de informare al unei persoane și potențialul său de a exercita influență și putere. Un alt aspect important este problema cenzurii și problema dezinformării de către partide, guverne și lobby-urile puternice. Conflictul, inclusiv schimbările sociale sau războiul, dau naștere la informații monopolizate și distorsionate.

Deși aceste inter-relații, pentru a numi doar câteva, nu vor fi abordate în mod explicit în această unitate referitoare la mass-media, elevii vor descoperi elemente ale acestora atunci când vor compara presa tipărită din țara sau regiunea lor și o vor judeca după criterii specifice.

Abordarea educației media în această unitate este diferită. Prin producerea propriei lor gazete de perete, elevii vor înțelege producția ziarelor și vor învăța astfel ceva despre realitatea mass-media „din interior”. Experiența de predare a demonstrat că această abordare oferă elevilor o formă de acces direct la presa scrisă care nu prea are legătură cu viața lor de zi cu zi. Elevii vor examina acest tip de mass-media și vor evalua, de asemenea, mass-media electronică, precum și modul propriu de utilizare a acestor tipuri diferite de mass-media, dintr-o perspectivă nouă. Ei vor dezvolta o alfabetizare în mass media.

În final, un sfat practic: această unitate, în special, cere și oferă un potențial pentru predare trans-curriculară și cooperare. Scrierea și revizuirea textelor ar putea avea loc ca parte a lecțiilor de predare a limbii materne, în timp ce conceperea așezării în pagină ar putea fi o sarcină de lucru la ora de artă. În unele cazuri, este posibil ca o oră să trebuiască să înceapă pe cont propriu, cu un aport suplimentar oferit de către o echipă de editare formată din elevi care sunt deosebit de interesați.

Este posibil ca gazeta de perete să devină prezentă în viața școlară înainte ca alți profesori să fie suficient de convinși că merită să se alăture.

Învățare pentru educație pentru cetățenie democratică și drepturile omului

Alfabetizarea în mass media este una din cheile către un obiectiv global în educația civică și educația privind drepturile omului - cetățeanul activ, care participă. Iată un rezumat al celor mai importante aspecte ale alfabetizării în mass media:

1. Competența de comunicare se referă la modul general în care ființele umane interacționează unele cu altele. Realitatea socială nu există ca atare. Mai degrabă, este definită împreună de către oameni prin interacțiune socială, ceea ce înseamnă că este creată prin acte de comunicare. Această competență generală de comunicare începe cu învățarea limbii noastre materne și este dezvoltată în continuare prin utilizarea acestei competențe în public.
2. Fiecare ființă umană are această competență de comunicare din naștere. Suntem dotați cu această competență de la natură, dar aceasta trebuie să fie educată, practică și rafinată.
3. Alfabetizarea în mass media este inclusă în conceptul global al competenței de comunicare. Se referă la multitudinea complexă a mass-media, iar utilizarea sa trebuie să fie învățată și practică în moduri diferite, de exemplu, fiind stabilită ca o sarcină pentru elevi. Presa scrisă, inclusiv gazeta de perete, sunt mijloace importante pentru comunicarea de zi cu zi, cu care elevii ar trebui să fie familiarizați. Cu toate acestea, ele nu sunt decât un element în cadrul obiectivului global de alfabetizarea în mass media.

UNITATEA DE ÎNVĂȚARE 7: Un ziar al clasei

Înțelegerea mass-media prin producerea de mass-media

Titlul lecției	Obiective	Sarcinile elevilor	Resurse	Metoda
Lecția 1: Ziarele din jurul nostru	Să se familiarizeze cu diferite forme de presă tipărită. Să înțeleagă diferențele referitoare la structura conținutului.	Elevii strâng și analizează ziarele și revistele care sunt citite de obicei în comunitățile lor. Ei creează un poster pentru a-și înregistra rezultatele.	Ziare, foarfecă, lipici, coli mari de hârtie.	Lucru în grup.
Lecția 2: Ziarul nostru este cel mai bun... nu sunteți de acord?	Să clarifice criteriile pentru un bun ziar sau o bună revistă. Să devină conștienți de propria lor perspectivă, de valori și interese.	Elevii evaluează prezentările celorlalte grupuri și sunt de acord cu compromisurile.	Prezentări elaborate la lecția anterioară. Matrice pe tablă sau flip chart.	Prezentare în grupuri, discuție cu toată clasa și evaluare.
Lecția 3: Producem propria noastră gazetă de perete	Să agreeze în grupuri serii de subiecte și obiective. Să coopereze în grup, împărțând propriile lor idei și competențe cu echipa.	Elevii decid cu privire la structura ziarului lor produs în comun. Ei identifică subiectele care sunt relevante pentru școala lor și scriu un articol pentru secțiunea lor din gazeta de perete.	În funcție de resursele materiale disponibile, rezultatele vor varia de la texte scrise de mână la imprimări ale datelor electronice cu fotografii digitale.	Luarea de decizii comune, lucru în grup.
Lecția 4: Primul nostru număr!	Să înțeleagă, prin discuții ce implică continuarea proiectului gazetei de perete. Să ia decizii și să își asume responsabilitatea pentru ele.	Elevii trebuie să formeze opinii și să decidă în legătură cu viitoarea lor implicare într-un proiect de follow-up.	Tablă sau flip chart.	Discuție cu toată clasa.

Material general pentru profesori

Trei dimensiuni de dezvoltare a alfabetizării în mass-media

1. Prima dimensiune: examinarea critică a mass-media

Examinarea critică a mass-media poate fi rezumată în verbul antic grecesc Κρίνειν (krinein), ceea ce însemna inițial „a face distincția” și se referea la permanenta achiziție și reflexivitatea asupra cunoștințelor și experienței.

Examinarea critică a mass-media este analiza mass-media. Această sub-dimensiune analitică se referă la competența de a percepe și înțelege evoluțiile în societate, cum ar fi concentrarea asupra aspectelor de business în activitatea mass-media, care ar putea pune în pericol funcția de mass-media într-o societate democratică. În acest exemplu, este important să știm cine ce ziar deține și câte tipuri de canale media sunt deținute de aceeași companie. Cu toate acestea, nu trebuie să uităm că activitățile de mass-media sunt conduse ca întreprinderi comerciale, care trebuie să realizeze un profit. Și dacă ne place sau nu, cu cât viețile noastre devin mai interdependente și mai globalizate, cu atât avem mai mare nevoie să ne bazăm pe mass-media. Analiza mass-media ne permite să examinăm evoluțiile mass-media cu atenție - pentru a face deosebiri - astfel încât să putem folosi în mod adecvat alfabetizarea în mass media.

Sub-dimensiunea (auto-)reflexivă înseamnă că ar trebui să fim capabili să corelăm și să aplicăm potențialul nostru analitic și cunoștințele noastre analitice nouă înșine și sferei noastre de acțiune personale. În special atunci când aveam de-a face cu mass-media, avem o tendință puternică de a vorbi despre „ceilalți”, și de a ignora implicarea noastră personală.

Capacitatea de a analiza și reflecta include o a treia sub-dimensiune, preocuparea etică pentru alții, care echilibrează și definește gândirea analitică și auto-reflexivitatea în ceea ce privește responsabilitatea socială.

2. A doua dimensiune: cunoștințe despre mass-media

Aici ne referim la cunoștințe „pure” despre mass-media și sistemele de mass-media. Acest lucru poate fi împărțit în două sub-dimensiuni.

Sub-dimensiunea de informare include cunoștințe de bază, cum ar fi modul în care jurnaliștii se ocupă de activitatea lor, tipurile de programe care sunt difuzate la TV și radio, motivele pentru preferințele privitorului atunci când se uită la TV și modul în care un computer poate fi utilizat, astfel încât să servească în mod eficient nevoile utilizatorului.

Sub-dimensiunea abilităților adaugă la cunoștințele de mass-media capacitatea de a utiliza echipamente noi, fără a mai fi necesară citirea manualelor de instruire. Aceasta include procesul de „a învăța făcând” - cum se folosește un computer, cum se accesează Internetul, cum se folosește o camera video, etc.

3. Cea de a treia dimensiune: utilizarea mass-media

Utilizarea mass-media poate fi, de asemenea, împărțită în două sub-dimensiuni:

1. Competența în utilizarea produselor mass-media, adică în primirea și consumarea a ceea ce mass-media a produs. Vizionarea TV este un exemplu în acest sens. Este o activitate în care avem nevoie să procesăm ceea ce am văzut, și să integrăm aceasta în structurile noastre cognitive și repertoriul nostru de imagini. Astăzi, ne putem îmbunătăți competența noastră receptivă nu numai prin lecturarea textelor, dar și prin vizionarea de filme.
2. Utilizarea activă a echipamentelor mass-media. Această sub-dimensiune se referă la utilizarea mass-media în interacțiunea socială. Exemple sunt telebanking, teleshopping, conferințe video și prin telefon, fotografii tradiționale și digitale și producție video. Varietatea enormă de mass-media disponibilă ne dă potențialul de a percepe lumea, nu numai prin primirea informații ci și prin producerea lor. Unitatea referitoare la mass-media se concentrează tocmai asupra acestei utilizări active a mass-media, dar include legături cu celelalte două dimensiuni ale educației mediatice menționate mai sus.