

ТЕМА 9

МЕДИУМИТЕ

За средно образование

Учество во демократијата преку медиумите

**Продуцентите и корисниците на медиуми како цензори и
создавачи на агенда**

9.1 Ние сме цензорите!

Ние одлучуваме што сакаме да читаме

9.2 и 9.3 Ние сме цензорите!

Ние одлучуваме кој избор на вести ќе им се понуди на читателите

9.4 Дали ние ги контролираме медиумите – или тие нас?

Медиумите – инструмент за комуникација и моќ

Тема 9

Медиумите

Учество во демократијата преку медиумите

Вовед за наставници

1. Ние учествуваме во демократијата преку медиумите

Учествувањето во општеството и политиката во основа е комуникација со другите – примање и давање на информации преку медиумите. Граѓаните кои не можат да комуницираат преку медиумите не можат да учествуваат во општеството или политиката.

Медиумите даваат различни начини на комуникација и ни овозможуваат информирање повеќе од кога било, но исто така контролираат како и за што комуницираме. Ние живееме во медиумска култура. Современата комуникација базирана и контролирана од медиумите претставува предизвик за секоја личност.

Од една страна, медиумите нудат фасцинантни можности за оние граѓани кои се образувале во медиумската писменост и кои можат да ги користат медиумите критички и намерно, справувајќи се со масата на информации од различен тип и квалитет.

Од друга страна, медиумите ги исклучуваат од учество сите оние кои не можат да ги купат, или немаат вештини да ги користат и да го оценуваат квалитетот на информациите.

2. Медиумска писменост – основна компетенција во ОДГ/ОЧП

Медиумската писменост е можеби *главната* основна компетенција во ОДГ/ОЧП. Образованието за човековите права директно е поврзано со медиумската писменост. Слободата на медиумите и правото на слободен пристап до информации зависат од способноста да се практикуваат овие права. Нееднаквите нивоа на медиумска писменост во општеството создаваат нова димензија на нееднакви можности и нови форми на вклучување и исклучување.

Оваа тема се обидува да им помогне на учениците да направат битен чекор во развивањето на медиумска писменост. Учениците го воочуваат нашето создавање на реалноста преку медиумите – како создавачи и примачи на медиумски пораки. И двете улоги на различни начини делуваат како цензори и создавачи на агенда, до степен во кој нашата слика за светот и политиката се основа на медиумските пораки кои го имаат нашето внимание, а предходно поминале два филтри – изборите на продуцентите и нашите избори како корисници на медиумите.

Темата се концентрира на еден битен аспект на медиумската писменост: сите пораки се создадени. Постои голем потенцијал за интердисциплинарно учење, на пример на јазик, за да

се анализира специфичниот јазик кој го користат медиумите (видете ги материјалите за наставници 9А – Учење што да се бара, бр. 1 и 2).

3. Преглед на темата

Оваа тема се концентрира на прашањето како се одвива цензурирањето и создавањето на агенда во медиумите. Учениците ја усвојуваат перспективата на корисниците на медиуми како и продуцентите на медиуми со влегување во нивните улоги.

Лекција 1: Ние сме цензорите! Ние одлучуваме што сакаме да читаме.

Лекции 2 и 3: Ние сме цензорите! Ние одлучуваме кој избор на вести ќе им се понуди на читателите.

Лекција 4: Дали ние ги контролираме медиумите – или тие нас? Размислување

Во првата лекција, учениците стануваат свесни за нивните улоги како цензори за самите себе. Тие избираат меѓу два различни весници и бираат една група на информации а отфрлаат други. На овој начин, тие го практикуваат човековото право на слободен пристап и избор на информации.

Во втората и третата лекција, учениците се вклучуваат во клучната задача, мал проект во кој тие создаваат сиден весник. Учениците повторно се цензори, но овојпат од испраќачката страна наместо примачката страна. Тие ги практикуваат правата на слободен, нецензуриран печат.

Во четвртата лекција, учениците размислуваат за нивните избори и дискутираат за моќта на медиумите – како инструмент за комуникација и како инструмент за моќ. Исто така тие стануваат свесни за силниот конструктивистички елемент во нашата претстава за светот, елемент кој е обликуван од создавачите и примателите на информација.

4. Конструктивистичко учење и инструкција

Оваа тема дава време и слобода за конструктивистичко учење на учениците. Во овој контекст на медиумите, конструктивистичкото учење директно соодветствува со конструкцијата на медиумските пораки во медиумите. Една медиумска порака е создадена од некој друг, кој има специфичен интерес и стратешка намера во план („кажување или продавање“), а исто така и од корисникот.

Наставникот го претставува концептот за цензура, правење агенда, медиумска култура, слобода на медиумите и слободен пристап до информации преку инструкција, поврзувајќи ги со контекстот на конструктивистичкото учење (видете го полето со клучни концепти подолу).

5. Изборот на медиум

Оваа тема се концентрира на класичниот печатен медиум, весникот, кој не е првиот избор за многу млади луѓе. Па, зошто тогаш учениците треба да читаат и создадат весник во рамките на темава?

1. Првата причина е прагматичка. Проучувањето весници и создавањето едноставен сиден весник бара средства кои се достапни секаде и можат да се набават со мал буџет.
2. Од дидактичка перспектива, едноставниот пример функционира подобро при обучување на учениците за медиумска писменост. Со рачното пишување текстови, сечење, залепување и цртање учениците се враќаат на корените на создавање медиуми. Но дури и со создавањето на едноставен сиден весник, основниот феномен на цензура од страна на уредниците е тука, а тука е и принципот на создавање на претстава за реалноста преку пораката.
Секако, овие основни аспекти се присутни и во другите медиуми, радиото, телевизијата, фотографијата од сите категории, интернетот, СМС, итн. Но сите овие медиуми не само што бараат повеќе средства и повеќе труд за создавање, туку се и посложени за анализа или деконструкција.
3. Пристапот базиран на весник го следи принципот на спиралната наставна програма во ова издание на ОДГ/ОЧП. Задачата која учениците ја прават соодветствува со таа во темата 7 од книга III, *Живеење во демократија*, за основно образование. Разликата меѓу овие теми е нивото на размислување за кое се способни учениците.

Клучни концепти

Цензура

Само мал дел од информациите кои секојдневно стигаат до уредниците на вести излегуваат во печат. Уредниците го филтрираат тоа што не може да се прикаже. Еден од критериумите е дали одредената информација е вредна за споменување – дали е релевантна или доволно интересна? Друг критериум е едноставно, просторот кој е достапен. Третиот критериум определува каков баланс очекуваат читателите – меѓу информација и забава, политика, бизнис, спорт, вести за познатите итн.

Но исто така и читателот го филтрира тоа што го нудат весниците. Сите од искуство знаеме дека обично бираме неколку статии и стории и потоа го фрламе весникот откако сме прочитале 5-10% од тоа што го нуди.

Принципот на цензура важи и за другите масовни медиуми – телевизијата и радиото, интернетот и книгите.

Создавање агенда

Уредниците на вести силно влијаат на политичката агенда. Со изнесувањето на одредени проблеми или скандали пред јавноста, овие проблеми се дискутираат и често политичарите мораат да реагираат на некој начин. Овде читателите повторно мораат да ја одиграат својата улога – како ќе реагираат на проблемите кои се изнесени?

Медиумска култура

Ние живееме во медиумска култура (види материјали за наставници 9А). Во минатата декада, произлегоа формите на комуникација преку интернет и мобилни телефони, кои беа посебно атрактивни за младата популација. Исто така, процесот на глобализација додатно ја зголеми

доминацијата на медиумите. Медиумските пораки преминаа од пораки базирани на текст во пораки базирани на слики, со голем ефект на комуникацијата и навиките на читање.

Слободен пристап до информации и слобода на печатот

Европска конвенција за човекови права, Член 10.1 (видете го материјалот за ученици 2.6)

„Секој има право на слобода на изразување. Ова право вклучува слобода да се има мислење, да се прима и дава информации и идеи без вмешување на јавната власт, без разлика на границите. ...“

Видете ја исто така Универзалната декларација за човекови права, Член 19 (материјал за ученици 2.5).

Создавачите на медиуми и корисниците практикуваат основно човеково право. Цензурата на овие слободи ја прави разликата од диктатура до демократија. Овие слободи и технолошката револуција која ја видовме по измислувањето на компјутерот и интернетот ја родија медиумската култура во која живееме денес. Искуството е неодредено, и типично за процесите на модернизација: ако можеме да се справиме со потенцијалот, добиваме; ако не можеме да се справиме, губиме. Од оваа причина, медиумската писменост е клучна компетенција во ОДГ/ОЧП.

Развивање на компетенции: упатувања до другите теми во оваа книга

Што покажува оваа табела

Насловот на овој прирачник, *Учество во демократијата* се концентрира на компетенциите на активниот граѓанин во демократијата. Матрицата го покажува потенцијалот за дополнување помеѓу темите во овој прирачник. Матрицата покажува кои компетенции се развиваат во 9-тата тема (засенчениот ред во табелата). Колоната која е со задебелена рамка ги покажува компетенциите за донесување политички одлуки и делување – таа е задебелена поради блиските врски со учеството во демократија. Редовите подолу ги означуваат врските со други теми во овој прирачник: кои компетенции што ги поддржуваат учениците во 9-тата тема се развиваат во овие теми?

Како може да се користи оваа матрица

Наставниците може да ја користат оваа матрица како алатка за правење план за часовите по ОДГ/ОЧП на различни начини.

- Оваа матрица им помага на наставниците кои имаат само неколку часа да ги посветат на ОДГ/ОЧП: Наставникот може да ја одбере само оваа тема и да ги изостави другите, бидејќи тој/таа знае дека некои од клучните компетенции до одреден степен се развиваат во оваа тема – на пример, сфаќање на важноста на медиумската писменост, практикување на основните слободи, и тензијата меѓу еднаквоста и слободата.
- Матрицата ги потсетува наставниците на потенцијалот за дополнување кој помага за учениците постојано да се обучуваат, во битни области и различни контексти кои се поврзани на многу начини.

Теми	Димензии на развојот на компетенции			Ставови и вредности
	Политичка анализа и расудување	Методи и вештини	Учество во демократија Донесување политички одлуки и делување	
9 Медиумите	Ние учествуваме во демократијата со комуникацијата преку медиумите. Продуцентите и корисниците на медиуми имаат улога на цензори.	Конструирање и деконструирање на медиумски пораки	Користење на медиумите како средство за пренесување на нашите погледи и интереси	Свесност за нашата зависност од „пренесената“ перцепција на реалноста, посебно во политиката
7 Еднаквост	Еднаквите можности за учество зависат од медиумската писменост			Свесност дека информацијата е извор на моќ

8 Слобода	Слобода на медиумите и слободен пристап до информации		Цензура и правење агенда: практикување на човековите права	Свесност дека информацијата е средство за контрола на моќта и власта.
3 Разноликост и плурализам	Плурализмот на мислења и интереси е пресликан во медиумите			
6 Влада и политика	Правење на агенда			

ТЕМА 9: Медиумите – Учество во демократијата преку медиумите

Продуцентите и корисниците на медиуми како цензори и создавачи на агенда

Тема на лекција	Стручно оспособување/цели на учење	Задачи на ученикот	Материјали и извори	Метод
Лекција 1 Ние сме цензорите! Ние одлучуваме што сакаме да читаме	Како цензори самите за себе, учениците стануваат свесни за нивното претпочитање на одредени медиуми и пораки.	Учениците размислуваат за нивните претпочитања на одреден весник.	Насловни страни од два различни весника, издадени на ист ден. Материјал за ученици 9.1-9.3, табли, маркери, ножици и лепило. Колекција на печатени изданија.	Пленарни презентации и дискусија. Предавање. Работа во групи.
Лекција 2 и 3 Ние сме цензорите! Ние одлучуваме кој избор на вести ќе им се понуди на читателите	Соработка во тим; одлучување, согласување за цели и согласување за распоред. Тимско раководење и надгледување. Уредниците на медиумите ги создаваат вестите кои ја обликуваат нашата перцепција за реалноста.	Учениците создаваат нивен сиден весник. Тие ги споредуваат нивните весници и изборите кои ги направиле.	Материјал за ученици 9.2 и 9.3. Табли, маркери, ножици и лепило. Печатени медиуми од сите видови и категории.	Работа на проект.
Лекција 4 Дали ние ги контролираме медиумите – или тие нас? Размислување	Размислување за изборите и нивниот ефект. Медиумите се моќен инструмент за комуникација и контрола.	Учениците ги споредуваат и размислуваат за нивните избори и одлуки.	Изложба на сидни весници. Материјал за наставници 9А	Извештаи, пленарна дискусија. Предавање.

Лекција 1

Ние сме цензорите!

Ние одлучуваме што сакаме да читаме

Оваа матрица ја сумира информацијата која наставникот треба да ја испланира и предаде на часот.

Стручното оспособување директно се однесува на ОДГ/ОЧП.

Крајната цел на учење покажува што учениците знаат и разбираат.

Задачата на учениците, заедно со **методот** го формираат главниот елемент на процесот на учење.

Списокот на **материјали** е во корист на подготовката за час.

Временскиот буџет на наставникот му дава груба ориентација за организацијата на време.

Стручно оспособување	Како цензори самите за себе, учениците стануваат свесни за нивните претпочитања на одредени медиуми и пораки.
Крајна цел на учењето	И продуцентите и корисниците на медиуми се цензори. Медиумите ја создаваат нашата претстава за светот. Тие ја имаат моќта да одлучат што ќе дознаеме (цензура, создавање агенда). Но од друга страна, ние како корисници сме цензори самите за себе. Ние одбираме да отфрлиме одредени медиуми, а да обрнеме внимание на други пораки.
Задачи на учениците	Учениците размислуваат за нивните склоности кон одреден весник.
Материјали и извори	Насловни страни од два различни весника издадени на ист ден. Во поголеми класови потребни се две изданија од истите весници. Материјали за ученици 9.1-9.3, табли, маркери, ножици и лепило. Колекција на печатени изданија.
Метод	Пленарни презентации и дискусија. Предавање. Работа во групи.
Временски буџет	Фаза 1: Наставникот го претставува концептот за цензурата – 25 мин. Фаза 2: Учениците го планираат проектот со сидниот весник – 15 мин.

Информационо поле

Како корисници, учениците реагираат на разликите во медиумите со тоа што претпочитаат еден весник а отфрлаат друг. Со нивната склоност, учениците делуваат како цензори самите за себе и тие стануваат свесни за ова.

Со менување на перспективата, учениците сфаќаат дека уредниците исто така имаат одредени приоритети и направени избори. Кои избори и од кои причини? Со ова прашање предвид, учениците ќе се впуштат во проектот. Тие ќе ги најдат одговорите правејќи ги истите избори – разбирање на медиумите со создавање медиуми. Тие ја запознаваат клучната задача на оваа тема.

Предавањето на наставникот е поврзано со процесот на конструктивистичко учење на учениците. Наставникот го претставува концептот на цензураоткако учениците го виделе доказот за тоа. Од друга страна, учениците го применуваат новиот концепт во последователниот проект кој ги носи клучните прашања на нивната задача.

Опис на лекцијата

Подготовка на часот

Три недели пред одредениот почеток на оваа тема, наставникот им вели на учениците да собираат печатени медиуми – весници, списанија, журнари, рекламни проспекти итн. Исто така битно е да собираат фотографии. Учениците треба да ги донесат материјалите на час за првата лекција од оваа тема.

Зависно од просторот, материјалите се сортираат и поставуваат на клупите во училницата. Учениците ќе ги користат овие материјали кога ќе работат на сидниот весник во лекциите 2 и 3.

Наставникот исто така собира весници и списанија. Како подготовка за првиот час, наставникот наоѓа две насловни страни од различни весници од собраниот материјал. Насловните страни треба да се од истиот ден за сите групи, за споредба меѓу групите и споредба на резултатите во пленарната рунда. Секоја група треба да добие две насловни страни од различни весници. Може да се вклучат и насловни страни на други јазици, ако учениците можат да ги користат.

Веб –страницата www.newseum.org содржи PDF верзии (A4 формат) од насловните страни на весници од многу европски земји. Ако наставникот ги користи, тие треба да се копираат за учениците како материјали, наместо да се поставуваат на табла (видете го чекорот 1.1 подолу).

Фаза 1: Наставникот го претставува концептот на цензура

Чекор 1.1: Учениците ја искажуваат склоноста кон одреден весник

Наставникот ги прикачува двете насловни страни на таблата. Тие создаваат пар на контрасти, на пример:

- Таблоид и квалитетен весник;
- регионален и национален весник;
- весници кои претставуваат различни политички погледи, пр. социјал – демократски и нео-либерален.

Ако има повеќе копии од истата насловна страна, тие се поставуваат со доволен простор меѓу нив за сите ученици да имаат добар поглед. Ова заштедува време во поголемите класови.

Учениците ги проучуваат двете насловни страни во тишина.

Наставникот ги замолува учениците да се соберат пред весникот кој го претпочитаат. Учениците формираат две групи, по потреба и трета која ги отфрла двата весника. Учениците кратко ги разменуваат нивните гледишта во групи, а потоа ги објаснуваат нивните избори во пленарната рунда.

Наставникот слуша и го овозможува разменувањето на мислења, но не коментира за исказите и изборите на учениците.

Чекор 1.2: Упатство: клучниот концепт на цензурата

Наставникот дава кратко предавање како запознавање со концептот на цензурата и нејзиното двојно значење. Тој/таа го поврзува со контекстот кој го создадоа учениците во чекорот 1.1. Како што учениците покажаа, обично имаме јасна склоност кон одреден весник, бидејќи весниците се доста различни. Претпочитаеме еден весник а отфрламе друг. Во секојдневниот живот, можеби претпочитаеме да користиме други медиуми, како што се телевизијата и интернетот како извор на информации наместо весникот. На овој многу битен начин, ние делуваме како цензори. Одлучуваме кој медиум и која порака преку тој медиум го добива нашето внимание. Медиумите зависат од нас – без нашето внимание, нивниот труд е залуден.

Тука наставникот ја менува перспективата: цензори не се само читателите, туку и уредниците на весници. Тие одлучуваат што можеме да биреме. На овој начин, ние зависиме од медиумите – примаме само информации кои тие ги одбрале. Затоа концептот на цензура има две значења: и продуцентите и корисниците на медиуми одлучуваат кои информации се битни. Во политиката, цензорите исто така се и создавачи на агенда.

Јасно е дека уредниците исто така направиле избори – различни, како што покажуваат различните насловни страни. Но од кои причини? Учениците ќе го истражуваат ова прашање во проектот кој следи.

Фаза 2: Учениците го планираат проектот со сидниот весник

Материјали за ученици 9.1-9.3

Чекор 2.1 Наставникот ги упатува учениците во нивната задача

Учениците формираат групи од четири до шест ученика и прават тим на уредници. Следните два часа тие прават сиден весник.

Тие ќе ја играат ограничувачката улога на уредници и ќе се справуваат со прашања како следните:

- Кои теми да ги вклучиме?
- Која тема ќе ја одбереме како главна, атрактивна приказна?
- Што можеме или мораме да отфрлиме, бидејќи просторот е ограничен?

Учениците треба да се свесни дека овие прашања покажуваат што значи слободата на печатот во пракса – уживање во слободата, но исто така одговорност за решавање тешки проблеми.

Наставникот потоа ја објаснува техничката страна. Учениците можат да користат најмногу две хартиени табли. Тие ги пишуваат статиите рачно. Можат да ги користат печатените медиуми за фотографии, дијаграми и добивање информации. Сепак, нивниот простор и време е ограничен. Нивниот весник треба да е готов и да се прикаже на крајот на следниот час.

Учениците ги спојуваат клупите за да имаат доволно голема површина да легнат една хартиена табла.

Чекор 2.2 Учениците го почнуваат нивниот проект.

Според упатствата од наставникот, учениците почнуваат со читање на печатените материјали.
Ако има време, тие ги прават следните чекори.

Лекција 2 и 3

Ние сме цензорите!

Ние одлучуваме кој избор на вести ќе им се понуди на читателите

Оваа матрица ја сумира информацијата која наставникот треба да ја испланира и предаде на часот.

Стручното оспособување директно се однесува на ОДГ/ОЧП.

Крајната цел на учење покажува што учениците знаат и разбираат.

Задачата на учениците, заедно со **методот** го формираат главниот елемент на процесот на учење.

Списокот на **материјали** е во корист на подготовката за час.

Временскиот буџет на наставникот му дава груба ориентација за организацијата на време.

Стручно оспособување	Соработка во тим, одлучување, согласување на цели и распоред. Тимско раководење и надгледување.
Крајна цел на учењето	Уредниците ги конструираат и контролираат вестите кои ја формираат нашата перцепција за реалноста. Како цензори и создавачи на агенда, медиумите практикуваат моќ на суптилен начин.
Задачи на учениците	Учениците создаваат нивен сиден весник. Ги споредуваат весниците и изборите кои ги направиле.
Материјали и извори	Материјали за ученици 9.2 и 9.3, табли, маркери, ножици и лепило. Печатени медиуми од сите типови и категории.
Метод	Работа на проект
Временски буџет	1. Работа на проект: учениците прават сиден весник – 60 мин. 2. Учениците ги читаат весниците едни од други – 20 мин.

Информационо поле

Втората и третата лекција се посветени на јадрото на оваа тема, проектот во кој учениците се уредници и прават весник. Тие ќе се справуваат со истите прашања – кои теми да се вклучат, кои да се испуштат и дискусија за критериумите според кои ќе се направат изборите. Исто така, задачата на создавање сиденвесник за еден час од учениците бара големи вештини на планирање на работата и времето.

Тука е предложен форматот на весникот, бидејќи ова функционира секаде. Техничките аспекти на правењето весник се неважни. Учениците можат рачно да ги пишуваат вестите.

Правењето весник ги враќа учениците на „корените“ и им дозволува да се концентрираат на основите на уредништвото и изборите кои се вклучени.

Во учењето преку задачи, наставникот има улога на „асистент“, кој ги поддржува учениците ако им требаат некои додатни материјали, пристап до компјутер итн. Тој/таа исто така ги набљудува учениците за да го процени нивниот развој на вештини и компетенции. Наставникот ги слуша дискусиите и ги чита сидните весници додека се пишуваат. Со ова наставникот се подготвува за краткото но важно предавање во лекцијата 4.

Опис на лекцијата

Фаза 1: Учениците го уредуваат и создаваат нивниот весник

Материјали за ученици 9.1-9.3

Учениците работат во групи. Ги назначуваат трите задачи – главен уредник, раководител на време и презентер на различни членови од тимот.

Тие го следат или адаптираат распоредот предложен во материјалот за ученици 9.3.

Ако има интервал меѓу лекциите 2 и 3, материјалите за проектот треба безбедно да се складираат. Наставникот и учениците се договараат кој е одговорен за оваа задача.

Водени од материјалот за ученици 9.3, репортерите ги подготвуваат нивните презентации за пленарната сесија во лекцијата 4.

Фаза 2: Учениците меѓусебно ги читаат весниците

На половина од третиот час, учениците ги приложуваат весниците во училницата. Учениците треба да ги прочитаат весниците од секоја група пред почетокот на следниот час по ОДГ/ОЧП.

Лекција 4

Дали ние ги контролираме медиумите – или тие нас?

Медиумите – алатка за комуникација и моќ

Оваа матрица ја сумира информацијата која наставникот треба да ја испланира и предаде на часот.

Стручно оспособување директно се однесува на ОДГ/ОЧП.

Крајната цел на учење покажува што учениците знаат и разбираат.

Задачата на учениците, заедно со **методот** го формираат главниот елемент на процесот на учење.

Списокот на **материјали** е во корист на подготовката за час.

Временскиот буџет на наставникот му дава груба ориентација за организацијата на време.

Стручно оспособување	Размислување за изборите и нивниот ефект.
Крајна цел на учењето	Медиумите се моќна алатка за комуникација и контрола.
Задачи на учениците	Учениците ги споредуваат и размислуваат за нивните одлуки и избори.
Материјали и извори	Изложба на сидни весници. Материјали за наставници 9А.
Метод	Пленарна дискусија, извештаи. Предавање.
Временски буџет	1. Учениците ги споредуваат нивните избори и одлуки – 15 мин.
	2. Учениците размислуваат за нивната конструкција на пораките – 10 мин.
	3. Предавање на наставникот: правење агенда, цензура – 5 мин.
	4. Предавање на наставникот: правење агенда, цензура – 5 мин.

Информационо поле

Учениците размислуваат за нивното искуство во проектот. Тие не ги читаат весниците поради информацијата, туку се концентрираат на одлуките поврзани со бирањето на теми и слики – ја истражуваат улогата на медиумите како цензори и создавачи на агенда.

Новинарите ги презентираат основните информации за дискусиите во тимовите, а учениците го споредуваат и размислуваат за нивното искуство.

Наставникот ги додава концептите – медиумите како цензори и создавачи на агенда – со кратко предавање. Ова е пример како конструктивистичкото учење се збогатува со систематска инструкција. Искуството на учениците го создава контекстот преку кој упатувањата на наставникот создаваат нова перспектива и им овозможува на учениците да го разберат искуството на понапредно, апстрактно ниво на размислување.

Возможни се различни начини на продолжување на проектот и примена на неговите идеи. За ова може да се дискутира на крајот на часот.

Опис на лекцијата

Се очекува учениците меѓусебно да ги прочитале весниците пред овој час.

Фаза 1: Учениците ги објаснуваат и споредуваат нивните избори

Еден по еден, секој презентер известува за одлуките кои неговиот тим ги направил и ги објаснува причините за нив. Водени од белешките за информирање (материјал за ученици 9.3) презентерите треба да ги обработат следните точки:

- избор на главни вести;
- кои теми ги одбрал тимот, и зошто некои теми биле вклучени или исклучени;
- избор на фотографии;
- други точки и проблеми од важност.

Презентациите се фокусираат на одлуките за цензурата и правењето агенда, а не на содржината на самите весници. Тие го даваат материјалот на кој наставникот ќе се концентрира во неговото кратко предавање, истакнувајќи го заедничкото искуство на тимовите преку додавање на некои клучни концепти од медиумската писменост. На овој начин конструктивистичкото учење го создава контекстот за концептуално знаење преку систематско и кратко предавање.

Фаза 2: Учениците размислуваат за нивната конструкција на пораки

Наставникот им вели на учениците да ги споредат причините за одлуките на нивните тимови.

- Дали можеме да идентификуваме некој доминантен критериум, пр. релевантност?
- До кој степен ги земавме предвид аспектите за конкуренција – пр. со користењето на атрактивни приказни?
- ...

Извештаите на презентерите и споредбата на избори можат да создадат критичарска дискусија. Учениците можеби ќе го проблематизираат силното влијание на медиумите на информациите кои ги примаме, или тие за кои никогаш не слушаме. Наставникот ја води дискусијата. Бидејќи тој/таа за кратко време ќе држи предавање, нема потреба да коментира за исказите на учениците.

Фаза 3: Предавање на наставникот

Чекор 3.1 Основното предавање

Материјали за наставници 9А

Како што е претставено погоре, наставникот ги поврзува точките од ова кратко предавање со контекстот на искуството и прашањата кои ги создадоа учениците. За ова е потребен е елемент на флексибилност при презентирањето на следните клучни искази:

1. Сите медиумски пораки се создадени. Еден основен аспект на креирањето на порака е бирањето на мал дел информации кои се претвораат во приказни и изоставаат многу други информации. Учениците го истражуваа овој аспект кога тие правеа весници.
2. Со бирањето и изоставањето информации, уредниците и продуцентите се цензори и создавачи на агенда. Тие силно влијаат на јавното мислење, политичкото одлучување и нашето учество во демократијата. Дали ова влијание ќе се претвори во контрола зависи од тоа дали ја практикуваме нашата улога на цензори или не.

Овие две точки се блиску поврзани со искуството на учениците во овој мал проект. Наставникот тука може да го заврши предавањето бидејќи точките создаваат доволен мотив за размислување, или може да додаде уште точки, во зависност од интересот и прашањата од учениците. Во овој случај, временската рамка можеби ќе треба да се продолжи.

Чекор 3.2 Продолженија на предавањето

1. Од една страна, како комерцијални организации медиумите се натпреваруваат едни со други за да привлечат повеќе внимание. Продуцентите се грижат да ги задоволат интересите и очекувањата на публиката. Нивниот комерцијален успех зависи од изборите на корисниците.
2. Ние зависиме од медиумите за нашата перцепција на светот. Во овој час, учениците се концентрираат на класичен медиум – весникот. Но, излегоа нови видови на медиуми и ги користиме за различни намени. Сè уште ги имаме класичните масовни медиуми – списанија, весници, телевизија и радио – кои главно ги користиме за информирање и забава. Потоа ги имаме медиумите базирани на интернетот (веб-страни, е-пошта, блогови, фејсбук, твитер), а исто така и СМС. Нив ги користиме за различни намени, но главно за комуникација едни со други, а тоа најдобро го знаат учениците, бидејќи младите генерации се позапознаени со нив отколку нивните родители и повеќето од наставниците.
3. Денес ние живееме во медиумска култура. Општеството е мрежа за интеракција на членовите. Социјалната интеракција во главно е комуникација. Комуникацијата а овозможена, канализирана и обликувана од медиумите, а медиумските пораки не само што ја пренесуваат, туку и ја нарушуваат реалноста.

Фаза 4: Последователна дискусија и заклучок на темата

Учениците сега имаат можност да реагираат на предавањето на наставникот.

Тие можеби ќе имаат прашања за разбирањето, или можеби ќе ја проблематизираат моќта на медиумите како цензори и создавачи на агенда.

Наставникот конечно го поставува прашањето дали и како да се продолжи проектот, на пример со давање еден од следните предлози:

- Сидните весници можат да се изложат во училиштето.
- Учениците можат да поканат професионален новинар да го посети часот. Тие можат да му ги покажат весниците, да побараат повратна информација и да дискутираат за проблемот со цензурата.
- Тимот на уредници може да продолжи со проектот и да прави училишен (сиден) весник.
- Учениците можа да прават извештај за медиумот кој најсилно го формира јавното мислење.
- Учениците можат да се држат до проблем кој го обработиле и да преземат дејство. Возможни се поврзувања и со други теми од овој прирачник.

Материјал за наставници 9А

Вештини и стратегии за медиумско образование

од Елизабет Томан

Од радиото со часовник кое не буди наутро до нашето гледање на вечерно ток-шоу пред да заспиеме, изложени сме на стотици, дури и илјадници слики и идеи не само од телевизијата туку и од насловните страни на весници или списанија, филмови, веб-страни, фотографии, видео игри и билборди. Некои луѓе ги нарекуваат денешните млади – *скринејџери* (анг. кованица од *screen* – екран и *teenager* – тинејџер).¹⁹

До неодамна, само неколкумина размислуваа за зголемувачката доминантност на медиумите во нашите животи. Тие кои размислуваа беа поттикнати да се концентрираат на проблеми со содржината како што се количината на секс и насилство во телевизијата и филмовите. Некои промовираа цензура, а други ги поучуваа семејствата да ги исклучат телевизорите. Но факт е дека иако можете да го исклучите телевизорот, не можете да избегате од денешната медиумска култура, освен ако не се преселите на планина. Медиумите не се само влијание во нашата култура. Тие се нашата култура.

Централната улога на медиумите во нашата глобална култура е причината зошто цензурата на медиумите нема никогаш да успее. Наместо тоа, треба да се направи преиспитување на улогата на медиумите во нашите животи – преиспитување кое ќе ја прифати парадигматската промена од култура на печатот во култура на сликите – култура која еволуира во последните 150 години од измислувањето на фотографијата и способноста да се оддели предмет или слика од определено време и простор, а сепак да остане вистинско, видливо и трајно.²⁰

Ние ја вреднувавме способноста да се чита печатот за целосно да се учествува како информирани и образовани граѓани во општеството цели 500 години. Денес семејството, училиштата и сите општински институции вклучувајќи ги медицинските и здравствените институции имаат заедничка одговорност да ги подготват младите луѓе за живеење во свет на моќни слики, зборови и звуци.²¹ Наречете го тоа „медиумска писменост“.

Што е медиумска писменост?

Токму како што звучи – способноста да се толкува и создаваа лично значење од стотиците, дури и илјадниците вербални и визуелни симболи кои секојдневно ги среќаваме преку телевизијата, радиото, компјутерите, весниците и списанија и секако рекламите.

19. Даглас Рашков, *Играње на иднината*, 1996 (Rushkoff, Douglas, *Playing the Future: How Kids' Culture Can Teach Us to Thrive in an Age of Chaos*, 1996.)

20. Од делата на Стјуарт Ивен, посебно *Сеопфатни слики*, 1988 (Ewen, Stewart, *The Politics of Style in Contemporary Culture*, 1988.)

21. Од конечниот извештај, УНЕСКО Интернационален симпозиум за образование на јавноста при користење на масовните медиуми, Грунвалд, 1982.

Тоа е способноста да се избере, преиспита и оспори. Способноста да се биде свесен за тоа што се случува околу нас, да не се биде пасивен, а оттаму и ранлив.

„Ние мораме да ги подготвиме младите луѓе за живот во свет со моќни слики, зборови и звуци.“

УНЕСКО; 1982

Медиумските истражувачи сега велат дека телевизијата и медиумите се толку врежани во нашата култура што веќе не треба да ја гледаме задачата на медиумско образование како „заштита“ од несакани пораки. Нашата цел мора да биде помагање на луѓето да станат компетентни, критичарски и писмени во сите медиумски форми, за да можат да ја контролираат интерпретацијата на тоа што го гледаат или слушаат наместо да дозволат интерпретацијата да ги контролира нив. Лен Мастерман, автор на *Предавање за медиумите* нарекува тоа „критичарска автономија“.²²

Други дефиниции истакнуваат дека медиумската писменост не е лично знаење туку вештина, процес и начин на размислување кој секогаш се развива. За да се стане медиумски писмен не треба да се паметат факти или статистики за медиумите, туку да се постават вистинските прашања за тоа што го гледаме, читаме или слушаеме.²³ Принципот на испитувањето е срцето на медиумската писменост.

Учење за што да се бара

Што треба да знаат децата (исто така и возрасните) во врска со медиумите? Низ годините, образувачите за медиуми идентификуваа пет идеи за медиумските пораки кои секој треба да ги знае, без разлика дали пораката е спакувана како комична ТВ-серија, компјутерска игра, музичко видео, списание или филм.²⁴

1. Сите медиумски пораки се „конструирани“

Без разлика дали ги гледаме вечерните вести или билборд на улица, медиумската порака која ја гледаме некој ја создал (веројатно неколку луѓе), се направиле фотографии и креативниот дизајнер ги споил работите заедно. Но ова не е само физички процес. Работата е во тоа што нештото кое е „конструирано“ од само неколку луѓе изгледа „како што е“ за останатите. Но ние како публиката не можеме да ги видиме зборовите, сликите или аранжманите кои биле отфрлени. Ние само го гледаме, слушаеме или читаме тоа што било прифатено.

Помагањето на луѓето да разберат како се создаваат медиумите, што било изоставено како и тоа дека медиумите го обликуваат тоа што го знаеме за светот во кој живееме е важен начин на помагање на луѓето да управуваат со нивните животи во глобалното и технолошко општество.

²² Мастерман, Лен, *Предавање на медиумите*, 1989, 2-ро поглавје (Masterman, Len, *Teaching the Media*, 1989, chapter 2.)

²³ Од мисионата изјава на списанието *Media&Values*, издавано од 1977-93 од Центарот за медиумска писменост (*Media&Values*, 1977-93, *Center for Media Literacy*.)

²⁴ Адаптирано од документите за медиумско образование од Англија и Канада. Прво објавени во САД како „Пет важни идеи за телевизијата за кои треба да ги научите вашите деца“ од Џеј Дејвис, *Media&Values* #52/53; есен, 1990 (“Five Important Ideas to Teach Your Kids about TV,” by Jay Davis *Media&Values* #52/53; Fall, 1990.

2. Медиумските пораки се создадени користејќи креативно изразување со свои правила

Секоја форма на комуникација како што се весниците, телевизиските емисии или хорор-филмовите има свое креативно изразување: страшната музика го зголемува стравот, крупните кадри прикажуваат интимност, големите наслови означуваат значајност. Сфаќањето на граматиката, синтаксата и метафоричниот систем на медиумското изразување ја зголемува нашата почит и уживање во медиумските прикажувања, а исто така ни помага да бидеме помалку подложни на манипулација. Еден од најдобрите начини да се разбере како се создаваат медиумите е да се направи токму тоа – направете ваше видео, направете веб-страница за вашата извидничка група, развијте рекламна кампања за опасност од пушењето.

3. Различни луѓе ја доживуваат истата медиумска порака различно

Поради возраста, одгледувањето и образованието на секоја личност, нема двајца луѓе кои го гледаат истиот филм или ја слушаат истата песна на радио. Дури и родителите и децата не го гледаат истото телевизиско шоу! Овој концепт прави пресврт на идеата дека гледачите на ТВ се пасивни „легачи“. Можеби не сме свесни за тоа, но сите ние (дури и бебињата) постојано се трудиме да го разбереме тоа што го гледаме, слушаме или читаме. Колку повеќе поставуваме прашања за тоа што го доживуваме околу нас, толку посвесни можеме да станеме за прифаќањето или отфрлањето на пораки. Истражувањата покажуваат дека со тек на време, децата од сите возрасти можат да научат вештини кои ќе им дадат нови „очила“ со кои што ќе ја читаат медиумската култура.²⁵

4. Медиумите се пред сè бизниси кои се мотивирани од заработката

Весниците прво ги пополнуваат нивните страници со реклами; останатиот простор се посветува на вестите. Исто така, знаеме дека рекламите се дел од гледањето телевизија. Тоа што многу луѓе не го знаат е дека тоа што навистина се продава преку телевизијата не е само продавање на производите на публиката, туку и продавање на публиката на рекламаторите.

Вистинската цел на програмите кои ги гледаме на телевизија, без разлика дали се вести или забава, не е само да нè забавуваат туку и да создадат публика (и да ја направат восприемлива) за телевизиската продукција да може да го продаде времето на спонзорите кои ќе ги рекламираат нивните производи на телевизијата. Секоја секунда е важна! Спонзорите плаќаат за времето врз основа на бројот на гледачи кои продукцијата предвидува дека ќе ги има. Спонзорите исто така ја наменуваат нивната рекламна порака за специфични групи на гледачи, на пр. жени од 20-35 год. кои трошат пари на производите или деца од 2-7 год. кои влијаат на трошењето на нивните родители.

Можеби не е така како што сакаме да биде, но вистината е дека повеќето медиуми кои ни се достапни се овозможени од приватни, глобални корпорации кои имаат нешто за продавање, а

²⁵ Хобс, Рене, *Вклучување на медиумите*, видео од 1995-та (Hobbs, Renee, *Tuning in to Media: Literacy for the Information Age*, 1995 video, distributed by the Center for Media Literacy.)

не од семејството, црквите, училиштата или државата кои имаат нешто да пренесат – според истражувачот Џорџ Гербнер.²⁶

5. Медиумите имаат всадени вредности и гледишта

Бидејќи се создадени, медиумите носат поттекст за тоа кој и што е битно барем за луѓето кои ја создаваат пораката. Медиумите исто така се раскажувачи (дури и рекламите раскажуваат кратка и едноставна приказна), а приказните бараат ликови, сместувања и сиже кое има почеток, средина и крај. Изборот на возраста, полот и расата на ликот заедно со начинот на живот, ставовите и однесувањата кои се прикажани, сместувањето (урбано? рурално? богато? сиромашно?) и делувањата во приказната се само некои од начините на кои вредностите се „всадени“ во едно ТВ-шоу, филм или реклама.

Важно е да се научи како да се „читаат“ сите видови на медиумски пораки за да се откријат гледиштата кои се претставени во нив. Во оваа наша „посредничка“ околина, само така можеме да расудиме дали да ги прифатиме или отфрлиме овие пораки.

Пет основни прашања кои можат да се постават за која било медиумска порака

Учење што да се праша

Од овие концепти произлегува група од пет основни прашања²⁷ кои можат да се постават за која било медиумска порака. Забележете дека секоја од нив може да отвори многу слоеви на подлабоки прашања:

1. Кој ја создал оваа порака и зошто ја испраќа?
2. Кои техники се користат за да се привлече моето внимание?
3. Кој начин на живот, вредности и гледишта се претставени во пораката?
4. Како другите луѓе би ја сфатиле пораката различно од мене?
5. Што е испуштено во оваа порака?

Обично процесот на испитување се применува на специфичен медиумски „текст“ – т.е. производ или издание, или дел од: епизода на „Нинџа-желките“, реклама за „Пепси“, издание на списанието „Свет“, билборд со „Бадвајзер“ пиво, слики и статии за ограбување банка на насловната страна од весник, пренесување на Светско првенство. (...)

Суштинско испитување

За да бидеме функционална личност во посредувачкото општество, треба да бидеме способни да разликуваме меѓу различните форми на медиуми и да знаеме како да ги поставиме основните прашања и суштински концепти кои се наведени погоре. Иако повеќето од возрасните научиле да разликуваат поема од есеј преку часовите по литература, интересно е што многу луѓе не ја разбираат разликата меѓу дневен весник и таблоид.

²⁶ Гербнер, Џорџ, „Телевизиско насилство и уметноста на прашување на погрешното прашање“, 1994.(Gerbner, George, “Television Violence and the Art of Asking the Wrong Question,” in *The World & I: A Chronicle of our Changing Era*, July, 1994.)

²⁷ Благодарение на Рене Хобс и нејзината работа во истакнувањето на овие основни прашања преку нејзините обуки и предавања.

Бидејќи информациите за национални и светски настани веднаш се пренесуваат на јавноста преку телевизијата и интернетот, индивидуалците треба да знаат како да ја проверат информацијата самите, да ги проверат изворите и споредат различни верзии од истата информација со цел да се открие пристрасност или политичка контрола. (...)

Три чекори кон успешноста: преглед на Програма за ефективна медиумска писменост

„Медиумска писменост“ е термин кој претставува три поврзани пристапи кои водат до контрола на медиумите од граѓаните од секоја возраст:

Првиот пристап е едноставно да се стане свесен за важноста на балансирањето на медиумската „диета“ – помош за децата и семејствата да направат здрави избори и да го контролираат времето потрошено на телевизија, видео-игри, филмови и различни печатени медиуми.

Вториот пристап е учењето на специфични вештини на критичко гледање – учење да се анализира и испитува тоа што е прикажано во рамката, како е создадено и што е можеби изоставено. Вештините на критичко гледање најдобро се учат преку часови за испитување, интерактивни групни активности како и со создавањето на свои медиумски пораки.

Третиот пристап – социјална, политичка и економска анализа – која оди зад рамката (низ која ги гледаме медиумските пораки) за да ги истражи подлабоките проблеми за тоа кој ги создава медиумите што ги среќаваме – и со која цел? Кој е ефектот на медиумите во нашата култура и како да пристапиме кон проблемите како медиумско насилство, расни стереотипи и конзумеризмот?

Преку испитувањето, дискусијата и проектите, возрасните и младите гледаат како секој од нас (и сите заедно како општество) го толкува значењето на медиумските пораки, а како масовните медиуми ја движат нашата глобална потрошувачка економија. Овој пристап исто така може да отвори пат за различни делувања за испитување и исправање на јавната политика или политиката на корпорациите.

Иако телевизијата и електронските медиуми изгледа дека создаваат задолжителни причини за медиумско образование во модерното општество, принципите и практиката на медиумската писменост се применливи на сите медиуми од телевизијата до маички, од билборди до интернетот.

Скратен текст

©2003 Центар за медиумска писменост

www.medialit.org/

За многу повеќе модели за медиумската писменост, видете ја www.media-awareness.ca/