

KAPITULLI 9

MEDIA

Arsimi i mesëm

Pjesëmarrja në demokraci përmes medias

Prodhuesit dhe përdoruesit e medieve si kontrollorë

dhe përcaktues të agjendës

9.1 Ne jemi rojtarët!

Ne vendosim çfarë duhet të lexojmë

9.2 dhe 9.3 Ne jemi rojtarët!

Ne vendosim se çfarë lajmesh do t'u jepen lexuesve për të zgjedhur

9.4 A e kontrollojmë ne median, apo media na kontrollon ne?

Mediat - një instrument i komunikimit dhe i pushtetit

Kapitulli 9

Media

Pjesëmarrja në demokraci përmes mediave

Hyrje për mësuesit

1. Ne marrim pjesë në demokraci nëpërmjet medias

Pjesëmarrja në shoqëri dhe politikë është, në thelb, komunikimi me të tjerët – marrja e dhënia e informacionit nëpërmjet medias. Qytetarët që nuk mund të komunikojnë përmes mediave nuk mund të marrin pjesë në shoqëri apo në politikë.

Media ofron një numër të larmishëm të mënyrave të komunikimit dhe jep më shumë informacion se kurrë më parë. Por ato kontrollojnë gjithashtu edhe se si ne komunikojmë. Ne jetojmë në një kulturë të medias. Komunikimi modern me bazë median dhe i kontrolluar nga media përbën sfidë për çdo individ.

Nga njëra anë, mediat japin mundësi të shkëlqyera për ata qytetarë që janë të familjarizuar me median dhe, për këtë arsye, mund të trajtojnë mediat në mënyrë kritike dhe të qëllimshme, si dhe të përballojnë masën, llojet dhe cilësitë e ndryshme të informacionit të saj.

Nga ana tjetër, mediat përjashtojnë nga pjesëmarrja të gjithë ata që nuk mundin të përballojnë e t'i blejnë ato, që nuk kanë aftësi në përdorimin e tyre ose nuk mund të gjykojnë për cilësinë e informacionit.

2. Leximi i medias - një kompetencë thelbësore në EQD/EDNJ

Njohuritë për mediat janë, ndoshta, kompetencë *thelbësore* në EQD/EDNJ. Mësimi për të drejtat e njeriut është i lidhur direkt me njohuritë për mediat. Liria e medias dhe e drejta e qasjes së lirë ndaj informacionit varet nga aftësia për të ushtruar këto të drejta. Nivelet e pabarabarta të njohurive për mediat në një shoqëri krijojnë një dimension të ri të mundësive të pabarabarta dhe formave të reja të përfshirjes dhe të përjashtimit.

Ky kapitull përpiqet të ndihmojë nxënësit të marrin një hap të rëndësishëm në zhvillimin e njohurive për mediat. Nxënësit përjetojnë ndërtimin e imazhit tonë për realitetin nëpërmjet mediave – si prodhues dhe si marrës i mesazhit mediatic. Në mënyra të ndryshme, të dy palët shërbejnë si vëzhgues dhe përcaktues të rendit të ditës, të efekteve ku bazohet imazhi ynë për botën dhe politikën në veçanti dhe të formuar nga mesazhet e mediave që vijnë në vëmendjen tonë, pasi kanë kaluar përmes dy filtrave – përzgjedhjeve të bëra nga prodhuesit dhe ato të bëra nga ne, përdoruesit e mediave.

Kapitulli përqendrohet në një aspekt të rëndësishëm të njohurive për mediat: të gjitha mesazhet e mediave janë të ndërtuara. Ekziston shumë potenciale për mësimdhënien kroskurrikulare, për shembull, për gjuhën, për të analizuar gjuhën e veçantë të përdorur nga mediat (shih materiale për mësuesit 9A - Mësoni se çfarë të kërkon, Nr 1 dhe 2).

3. Skicimi i kapitullit

Ky kapitull përqendrohet në pyetjen se si ndodh kontrolli dhe përcaktimi i agjendës në media. Nxënësit i përjetojnë të dy këndvështrimet, të përdoruesve dhe të prodhuesve të mediave, duke vepruar në ato role.

Mësimi 1: Ne jemi rojtarët! Ne vendosim atë që duam të lexojmë.

Mësimet 2 dhe 3: Ne jemi kontrollorët! Ne vendosim se çfarë lajmesh do t'i ofrohen lexuesit për të zgjedhur.

Mësimi 4: A e kontrollojmë ne median - apo media na kontrollon ne? Reflektim.

Në mësimin e parë, nxënësit bëhen të vetëdijshëm për rolin e tyre si kontrollorë të vetes. Ata bëjnë një zgjedhje në mes dy gazetave të ndryshme, zgjedhin një grup informacioni dhe refuzojnë një tjetër. Duke vepruar kështu, ata ushtrojnë të drejtën e tyre njerëzore të qasjes së lirë ndaj informacionit dhe të përzgjedhjes e tij.

Në mësimet dy dhe tre, nxënësit angazhohen në detyrën kryesore, një projekt i vogël në të cilin ata prodhojnë një gazetë muri. Tani ata veprojnë përsëri si kontrollorë, por këtë herë nga ana e dërguesit e jo nga marrësit. Ata ushtrojnë të drejtën e njeriut për një shtyp të lirë të pa censuruar.

Në mësimin e katërt, nxënësit reflektojnë për zgjedhjet e tyre dhe diskutojnë fuqinë e mediave, edhe si instrument i komunikimit, edhe si pushtet. Ata bëhen të vetëdijshëm për një element të fortë konstruktivist në imazhin tonë për botën, të formuar nga të dy, si prodhuesit, ashtu edhe përfituesit e informacionit.

4. Të mësuarit konstruktivist dhe instruktimi

Kjo kapitull u jep nxënësve kohën dhe lirinë për të mësuarit konstruktivist. Në kontekstin e veçantë të mediave, të mësuarit konstruktivist korrespondon direkt me ndërtimin e mesazheve të mediave nëpërmjet medias. Një mesazh medie është i ndërtuar nga dikush tjetër, me një interes të veçantë dhe synim strategjik në mendje ("të tregojë ose shesë"), dhe nga ana e përdoruesit.

Mësuesi paraqet konceptet e kontrolluesit, vendosjen e rendit të ditës, kulturës së medias, lirisë së mediave dhe qasjen e lirë ndaj informacionit përmes instruktimit, duke i lidhur ato me kontekstin e të mësuarit konstruktivist (shih kutinë me konceptet kyçe më poshtë).

5. Zgjedhja e medias

Ky kapitull përqendrohet në një media klasike të shtypit, gazetën, e cila nuk është zgjedhja e parë për shumë të rinj sot. Pra, pse duhet që nxënësit të lexojnë dhe prodhojnë gazeta në këtë njësi?

1. Arsyeja e parë është pragmatike. Studimi i gazetave dhe prodhimi i një gazete të thjeshtë muri kërkon burime që janë në dispozicion kudo dhe mund të ofrohen me një buxhet të ulët.
2. Nga pikëpamja didaktike, një shembull i thjeshtë vepron më mirë në mësimin e nxënësve me një pjesë të medias së shkruar. Duke shkruar tekste me dorë, duke i prerë, ngjitur dhe vizatuar, nxënësit kthehen te rrënjët e prodhimit të medias. Por, edhe në prodhimin e një gazete të thjeshtë muri, fenomeni themelor i kontrollorit nga redaktorët është pikërisht aty, dhe po ashtu është edhe parimi i ndërtimit të një imazhi të realitetit, domethënë të mesazhit. Sigurisht, këto aspekte themelore janë të pranishëm edhe në të gjitha mediat e tjera - radio, TV, fotografitë e të gjitha kategorive, mënyrat e komunikimit të bazuar në Internet, SMS etj. Por, të gjitha këto media, jo vetëm që kanë kërkesa më të larta në burime dhe përpjekje shumë më komplekse në prodhimin e medias, dhe në analizën e medias.
3. Qasja ndaj gazetave ndjek parimin e kurrikulës spirale në këtë edicion të EQD / EDNJ. Detyra e nxënësit në këtë kapitull i përgjigjet asaj në kapitullin 7 në vëllimin III, "*Jetojmë në demokraci*", për arsimin e mesëm të ulët. Dallimi midis kapitujve qëndron në nivelin e reflektimit që nxënësit janë të aftë të bëjnë.

Konceptet kryesore

Kontrolli

Vetëm një pjesë e vogël e informacionit që dorëzohet çdo ditë te redaktorët e lajmeve shfaqet në shtyp. Redaktorët e lajmeve filtrojnë se çfarë nuk mund të raportohet. Një ndër kriteret është nëse ky informacion është interesant si lajm, rëndësishëm ose interesant? Një tjetër kriter është thjeshtë hapësira që është në dispozicion. Dhe një kriter i tretë është se çfarë lloj balance pret lexuesi -

ndërmjet informimit dhe argëtimit, mes politikës, biznesit, sportit, lajmeve për njerëzit e famshëm, etj.

Por edhe lexuesi filtron shumicën e asaj që japin gazetatat. Ne të gjithë e dimë nga përvoja se zakonisht ne marrim një pjesë të vogël të artikujve dhe historive dhe në fund e lëmë mënjanë gazetën pasi kemi lexuar 5-10% të asaj që ofrohet.

Ky parim i kontrollit vlen edhe për masmedia të tjera - TV dhe radio, internet dhe libra.

Vendosja e agjendës

Redaktorët e lajmeve ndikojnë fuqishëm në agjendën politike. Duke sjellë probleme ose skandale të caktuara në vëmendjen e publikut, bën që këto çështje të diskutohen më pas. Shpesh pritet që hartuesit e politikave të reagojnë në një farë mënyre. Këtu përsëri, lexuesit duhet të luajnë rolin e vet - Si të përgjigjen ndaj çështjeve që i janë ofruar?

Kultura e medias

Ne jetojmë në një kulturë mediash (shih materialet për mësuesit 9A). Në dekadën e kaluar, dolën format e komunikimit dhe transferimit të informacionit bazuar në Internet, të plotësuara me teknologjinë e telefonit celular, të dyja me kërkesa të veçantë për brezin e ri. Përveç kësaj, procesi i globalizimit ka mbështetur sundimin në rritje të mediave. Mesazhet e mediave janë zhvendosur nga ato me bazë tekstin në informacion në ato me bazë imazhin, me një ndikim të fuqishëm në komunikim dhe shprehitë e leximit.

Garantimi i lirisë së informacionit dhe liria e shtypit

Konventa Evropiane për të Drejtat e Njeriut, neni 10.1 (shih Fletën e punës së nxënësit 2.6)

"Çdo njeri ka të drejtën e lirisë së shprehjes. Kjo e drejtë përfshin lirinë e mendimit dhe për të marrë dhe për të dhënë informacione dhe ide pa ndërhyrjen e autoriteteve publike dhe pavarësisht kufijve. ..."

Shih gjithashtu Deklaratën Universale të Drejtave të Njeriut, neni 19 (dhe Fleta e punës së nxënësit 2.5).

Të dy, prodhuesit dhe përdoruesit e medias, ushtrojnë një të drejtë themelore të njeriut. Censurimi i këtyre lirive bën dallimin në mes të diktaturave dhe demokracive. Këto liri dhe revolucioni teknologjik që kemi parë pas shpikjes së kompjuterit dhe internetit, i kanë dhënë hov kulturës së medias ku jetojmë sot. Përvoja është dyvlerëshe dhe tipike për proceset e modernizimit: në se ne mund ta përdorim potencialin, kemi fituar; në qoftë se nuk mund të përmbushim kërkesat, kemi humbur. Për këtë arsye, njohuritë për mediat janë kompetencë kyç në EQD/EDNJ.

Zhvillimi Kompetenca: lidhje me kapitujt e tjera në këtë vëllim

Çfarë tregon kjo tabelë

Titulli i këtij manuali, *Pjesëmarrja në demokraci*, përqendrohet në kompetencat e qytetarit aktiv në demokraci. Kjo matricë tregon potencialin e efekteve të sinergjisë midis njësive të këtij manuali. Matrica tregon se çfarë kompetencash janë zhvilluar në kapitullin 9 (rreshtat e errësuar në tabelë). Kolona me kornizë më të theksuar tregon kompetencat në vendimmarrjen dhe veprimin politik dhe – të kornizuar për shkak të lidhjeve të ngushta me pjesëmarrjen në demokraci. Rreshtat e mëposhtëm tregojnë lidhjet me kapitujt e tjera në këtë manual: çfarë kompetencash janë zhvilluar në këto kapitull që mbështesin nxënësit në kapitullin 9?

Si mund të përdoret kjo matricë

Mësuesit mund të përdorin këtë matricë si një mjet për planifikimin e orëve EQD/EDNJ në mënyra të ndryshme.

- Matrica e bën mësuesin të vetëdijshëm për pasojat e sinergjisë që ndihmojnë nxënësit të trajnohen në kompetencat më të rëndësishme në mënyrë të përsëritur, në kontekste të ndryshme, të ndërlidhura në shumë mënyra.
- Kjo matricë ndihmon mësuesit të cilët kanë vetëm disa orë në dispozicion për EQD/EDNJ: një mësues mund të zgjedhë vetëm këtë kapitull dhe të heqë të tjerat, pasi ai e di se disa kompetenca kyçe janë zhvilluar në një masë të caktuar në këtë kapitull - për shembull, kuptimi i rëndësisë së medias së shkruar, ushtrimi i lirive themelore, si dhe tensioni midis barazisë dhe lirisë.

Kapitujt	Dimensionet e zhvillimit të kompetencave			Qëndrimet dhe vlerat
	Analiza dhe gjykimi politik	Metodat dhe aftësitë	Vendimmarrja dhe veprimi politik	
9 Media	Ne marrim pjesë në demokraci nëpërmjet komunikimit të bazuar në media Prodhuesit dhe përdoruesit e medias veprojnë si kontrollorë	Ndërtimi dhe analiza e mesazheve të mediave	Përdorimi i medias si mjet i transmetimit të pikëpamjeve dhe interesave tona	Ndërgjegjësimi e varësisë sonë ndaj një perceptimit realiteti të "dorës së dytë" veçanërisht në politikë
7 Barazia	Mundësi të barabarta në pjesëmarrjen varen nga njohuritë për median			Ndërgjegjësimi se informacioni është një burim fuqie
8 Liria	Liria e medias dhe garantimi i lirisë së informacionit		Kontrolli dhe hartimi i agjendës: ushtrimin i të drejtave të njeriut	Ndërgjegjësimi se informacioni është një mjet për kontrollin e pushtetit dhe autoritetit
3 Diversiteti dhe pluralizmi	Pluralizmi i mendimeve dhe interesave është pasqyruar nga mediat			
6 Qeverisja dhe politika	Vendosja e agjendës			

KAPITULLI 9: Media - Pjesëmarrja në demokraci përmes medieve Prodhuesit dhe përdoruesit e mediave si kontrollorë dhe përcaktues të agjendës

Tema e mësimit	Trajnimi i kompetencave/ objektivat e të mësuarit	Detyrat e nxënësve	Materialet dhe burimet	Metoda
Mësimi 1 Ne jemi rojtarët! Ne vendosim se çfarë duam të lexojmë	Si rojtarë në emër të tyre, nxënësit bëhen të vetëdijshëm për preferencat e tyre për disa media dhe mesazhe. Të dy, prodhuesit dhe përdoruesit e medias veprojnë si rojtarë.	Nxënësit reflektojnë për preferencat e tyre për një gazetë të veçantë.	Faqet e para të dy gazetave të ndryshme, të nxjerra në të njëjtën ditë. Fletët e punës së nxënësit 9.1-9.3, tabela, lapustila, gërshërë dhe ngjitës. Koleksion i sendeve të mediave të shtypit.	Prezantime plenare dhe diskutime. Leksion. Punë në grup.
Mësimi 2 dhe 3 Ne jemi rojtarët! Ne vendosim se çfarë lajmi do t'i ofrohet lexuesit për të zgjedhur!	Bashkëpunimi në ekip; marrja e vendimeve, rënia dakord për objektivat dhe për orarin Menaxhimi i ekipit dhe mbikëqyrja. Redaktorët e mediave ndërtojnë lajmin që i jep formë perceptimit tonë për realitetin.	Nxënësit krijojnë gazetën e tyre të murit. Ata krahasojnë gazetën e tyre dhe zgjedhjet që kanë bërë.	Fletët e punës së nxënësit 9.2 dhe 9.3. Tabelë, lapustila, gërshërë dhe ngjitës. Mediat e shkruara të gjitha llojeve dhe kategorive.	Punë me projekt.
Mësimi 4 A e kontrollojmë ne median - apo media na kontrollon ne? Reflektim	Reflektimi për zgjedhjet dhe ndikimin e tyre. Mediat janë një instrument i fuqishëm i komunikimit dhe i kontrollit.	Nxënësit krahasojnë dhe reflektojnë për zgjedhjet dhe vendimet e tyre.	Shfaqja e gazetave të murit. Materiale për mësuesit 9A.	Raporte, diskutime plenare. Leksion.

Mësimi 1

Ne jemi rojtarët!

Ne vendosim çfarë duam të lexojmë

Kjo matricë përmbledh informacionin që i nevojitet një mësuesi për planifikimin dhe zhvillimin e mësimi.

Trajnimi i kompetencave i referohet drejtpërdrejt EQD/EDNJ.

Objektivi i mësimi tregon atë që nxënësit njohin dhe kuptojnë.

Detyra e nxënësit, së bashku me **metodën**, formojnë bërthamën e procesit mësimor.

Materialet në listën e plotë e mbështetin përgatitjen e mësimi.

Koha në dispozicion na jep një udhëzues të përafërt për menaxhimin e kohës së mësuesit.

Trajnimi i kompetencës	Si rojtarë për veten e vet, nxënësit bëhen të vetëdijshëm për preferencat e tyre për disa media dhe mesazhe.
Objektivat e të mësuarit	Të dy, si prodhuesit edhe përdoruesit e medias veprojnë si rojtarë. Mediat ndërtojnë imazhin tonë të botës. Ato kanë fuqinë për të vendosur atë që kemi mësuar në lidhje me (ruajtjen, vendosjen e prioriteteve). Por nga ana tjetër, ne, përdoruesit e mediave, jemi rojtarë për veten tonë. Ne zgjedhim ose refuzojmë disa media dhe vendosim se cilave mesazhe t'i kushtojmë vëmendjen tonë.
Detyrat e nxënësve	Nxënësit reflektojnë për preferencat e tyre për një gazetë të veçantë.
Materialet dhe burimet	Faqet e para të dy gazetave të ndryshme, të botuara në të njëjtën ditë. Në klasa të mëdha, dy ose tre çështje të së njëjtës faqeje të parë duhet të jenë në dispozicion. Fletët e punës së nxënësit 9.1-9.3, tabelë, lapustila, gërshërë dhe ngjites. Koleksion i sendeve të mediave të shtypit.
Metoda	Prezantime plenare dhe diskutime. Leksion. Puna në grup.
Koha në dispozicion	Faza 1: Mësuesi prezanton konceptin e rojtarëve. 25 min
	Faza 2: Nxënësit planifikojnë projektin e gazetës së tyre të murit. 15 min

Informacion

Si përdorues, nxënësit reagojnë për dallimet në media, duke preferuar një dhe duke hedhur poshtë një tjetër. Me anë të preferencave të tyre, nxënësit veprojnë si kontrollorë për veten e vet, dhe ata janë të vetëdijshëm për këtë.

Duke ndryshuar këndvështrimin, nxënësit kuptojnë se redaktorët kanë gjithashtu prioritete të përcaktuara dhe bëjnë zgjedhje. Cilat zgjedhje dhe për çfarë arsye? Me këtë pyetje në mendje, nxënësit do të fillojnë projektin e tyre. Ata do të gjejnë përgjigjet, duke bërë të njëjtin lloj zgjedhjeje- të kuptojnë median, duke prodhuar media. Ata fillojnë detyrën kryesore të kësaj njësie.

Leksioni i mësuesit është i lidhur me procesin e të mësuarit konstruktivist të nxënësve. Mësuesi prezanton konceptin e rojtarit/kontrollorit, pasi nxënësit kanë parë provat për të. Nga ana tjetër, nxënësit zbatojnë konceptin e ri në projektin pasues, sepse ai jep çështjet kryesore të detyrës së tyre.

Përshkrimi i mësimit

Përgatitja e mësimit

Tre javë para se të fillojë ky kapitull, mësuesi kërkon nga nxënësit që të mbledhin media të shkruara: gazeta, revista, buletine lajmesh, pamje të reklamave etj. Është e rëndësishme të mblidhen edhe fotografi. Nxënësve u kërkohet të sjellin materialet e tyre në klasë për mësimin e parë të këtij kapitulli.

Në varësi të hapësirës në dispozicion, materialet renditen dhe paraqiten në tabelat në klasë. Nxënësit do t'i përdorin këto materiale kur punojnë për gazetën e tyre të murit në mësime 2 dhe 3.

Mësuesi mblodh gjithashtu gazeta dhe revista. Në përgatitjen e mësimit të parë, mësuesi mbështetet në materialin për të marrë çiftet e faqeve të para të gazetave të ndryshme. Faqet e para, për të gjitha grupet, duhet të jenë nga e njëjta ditë, për të lejuar krahasimet brenda grupeve si dhe krahasimin e rezultateve të tyre në raundin plenar. Secili grup duhet të marrë një çift faqesh të para nga gazeta të ndryshme. Nëse nxënësit mund ta përballojnë, mund të përfshihen edhe faqet e para në gjuhë të huaja.

Adresa www.newseum.org jep versione në PDF (format A4) të faqeve të para aktuale të gazetave, nga shumë vende evropiane. Nëse mësuesi i përdor këto, ato duhet të kopjohen në Fletët e punës së nxënësit, në vend të shfaqjes së tyre në tabelë (shih hapin 1.1 më poshtë).

Faza 1: Mësuesi prezanton konceptin e rojtarit

Hapi 1.1: Nxënësit tregojnë preferencat e tyre për një gazetë

Mësuesi ngjit dy faqet e para të gazetave në dërrasën e zezë. Ato formojnë kontrast, për shembull:

- tabloid dhe një gazetë cilësore;
- gazetë lokale dhe kombëtare;
- gazeta që përfaqësojnë qëndrime të ndryshme politike, p.sh. social demokrate dhe neo-liberale.

Nëse kemi në dispozicion disa kopje të së njëjtës faqeje të parë, ato shfaqen me hapësirë të mjaftueshme në mes tyre për t'i mundësuar të gjithë nxënësve një pamje të mirë. Në klasat e mëdha, kjo kursen kohë.

Nxënësit dalin përpara dhe studiojnë të dy faqet e para në heshtje.

Mësuesi kërkon nga nxënësit që të mblidhen para gazetës që preferojnë. Nxënësit formojnë dy grupe dhe, nëse është e nevojshme, një të tretë, për ata që nuk i pëlqejnë të dy gazetat. Nxënësit shkëmbejnë shkurtimisht pikëpamjet e tyre në grupe dhe më pas japin arsyet për zgjedhjet e tyre në një raund plenar.

Mësuesi dëgjon dhe lehtëson shkëmbimin e mendimeve, por nuk komenton për deklaratat e nxënësve apo zgjedhjet e tyre.

Hapi 1.2: Udhëzim: koncepti kyç i rojtarit (kontrollorit).

Mësuesi mban një leksion të shkurtër për të prezantuar konceptin e rojtarit/kontrollorit dhe kuptimin e tij të dyfishtë. Ai e lidh atë me kontekstin që nxënësit kanë dhënë në hapin 1.1. Sikundër sapo e treguan nxënësit, ne zakonisht kemi preferenca shumë të qarta për një gazetë të caktuar, sepse gazetat ndryshojnë shumë nga njëra tjetra. Ne preferojmë një gazetë dhe refuzojmë një tjetër. Në jetën e përditshme, ne mund të preferojnë edhe përdorimin e mediave të tjera, të tilla si TV apo interneti, si burimin tonë të informacionit dhe jo gazetën. Në këtë drejtim shumë të rëndësishëm, ne veprojmë si kontrollorë. Ne vendosim se çfarë medie dhe cilit mesazh i kemi dhënë vëmendjen tonë. Media varet nga ne - pa vëmendjen tonë, përpjekja e tyre është pa vlerë.

Mësuesi ndryshon këndvështrimin: jo vetëm lexuesi vepron si rojtar, por kështu veprojnë edhe redaktorët e gazetave. Ata vendosin se çfarë do të japin për lexuesit për të lexuar. Në këtë drejtim, ne varemi nga media - ne marrim vetëm informacionin që ata kanë zgjedhur.

Koncepti i rojtarit, për këtë arsye, ka dy kuptime: të dy, si prodhuesit edhe përdoruesit e medias, vendosin se cilat mesazhe janë të rëndësishme. Në politikë, rojtarët janë edhe përcaktuesit e agjendës.

Është e qartë se redaktorët kanë bërë edhe zgjedhjet - ato janë të ndryshme, siç vihet re edhe në çiftet e ndryshme të faqeve të para. Por, për çfarë arsye? Nxënësit do ta shqyrtojnë këtë pyetje në projektin që vijon.

Faza 2: Nxënësit planifikojnë projektin e gazetës së murit

Fletët e punës së nxënësit 9.1-9.3

Hapi 2.1 Mësuesi udhëzon nxënësit në detyrën e tyre

Nxënësit formojnë grupe me nga 4-6 vetë dhe krijojnë ekipet e redaktorëve. Ata shfrytëzojnë dy mësimet e ardhshme për krijimin e një gazete muri.

Ata do të luajnë rolin e rojtarit të redaktorëve dhe të merren me çështje të tilla, si më poshtë vijon:

- Cilat tema duhet të përfshijmë?
- Çfarë teme do të zgjedhim të jetë më tërheqësja, historia kryesore?
- Çfarë mund të mbajmë ose duhet të heqim, meqenëse hapësirën e kemi të kufizuar?

Nxënësit duhet të jenë të vetëdijshëm se këto pyetje tregojnë se çfarë do të thotë liria e shtypit në praktikë – shijim i lirisë, por edhe mbajtje e përgjegjësisë për zgjidhjen e disa problemeve të vështira.

Mësuesi shpjegon anën teknike. Nxënësit mund të përdorin deri në dy tabela. Ata i shkruajnë artikujt e tyre me dorë. Ata mund të kërkojnë, në mediat e shkruara, për fotografi ose diagrame dhe të përdorin median që mund të gjejnë për të marrë informacion. Megjithatë, të dyja, si hapësira edhe koha e tyre, janë të kufizuara. Gazeta e tyre duhet të jetë e shfaqur deri në fund të mësimit të ardhshëm.

Nxënësit i largojnë tavolinat për të siguruar një sipërfaqe të madhe të mjaftueshme për të shtruar tabelën.

Hapi 2.2 Nxënësit fillojnë projektin e tyre

Nxënësit fillojnë leximin e fletëve të punës sipas udhëzimeve të mësuesit. Nëse e lejon koha, ata ndërmarrin hapat e mëtejshëm.

Mësimet 2 dhe 3

Ne jemi rojtarët!

Ne vendosim se çfarë lajmesh do t'i ofrohen lexuesit për të zgjedhur

Kjo matricë përmbledh informacionin që i nevojitet një mësuesi për planifikimin dhe zhvillimin e mësimet.

Trajnimi i kompetencave i referohet drejtpërdrejt EQD/EDNJ.

Objektivi i mësimet tregon atë që nxënësit njohin dhe kuptojnë.

Detyra e nxënësit, së bashku me **metodën**, formojnë bërthamën e procesit mësimor.

Materialet në listën e plotë e mbështetin përgatitjen e mësimet.

Koha në dispozicion na jep një udhëzues të përafërt për menaxhimin e kohës së mësuesit.

Trajnimi i kompetencës	Bashkëpunimi në ekip; marrja e vendimeve, rënia dakord për objektivat dhe orarin. Menaxhimi i ekipit dhe mbikëqyrja.
Objektivat e të mësuarit	Redaktorët e mediave konstruktivë dhe kontrollojnë lajmin dhe formojnë perceptimin tonë të realitetit. Si rojtar dhe përcaktues i agjendës, media ushtron pushtetin në një mënyrë të fshehtë.
Detyrat e nxënësve	Nxënësit krijojnë gazetën e murit. Ata krahasojnë gazetatat e tyre dhe zgjedhjet që kanë bërë.
Materialet dhe burimet	Fletët e punës së nxënësit 9.2 dhe 9.3; tabela, lapustila, gërshërë dhe ngjitës. Mediat e shkruara të të gjitha llojeve dhe kategorive.
Metoda	Punë me projekt.
Koha në dispozicion	1. Puna projekt: nxënësit redaktojnë dhe prodhojnë një gazetë muri. 60 min 2. Nxënësit lexojnë gazetatat e njëri-tjetrit. 20 min

Informacion

Mësimi i dytë dhe i tretë i përkushtohen thelbit të këtij kapitulli, projektit në të cilën nxënësit veprojnë si redaktorë dhe prodhojnë gazetën e tyre. Ata do të trajtojnë të njëjtat pyetje - cilat tema dhe ngjarje të përfshijnë dhe të lënë jashtë dhe do të diskutojnë kriteret për zgjedhjet që do të bëhen. Përveç kësaj, detyra e prodhimit të një gazete muri, në një orë, paraqet kërkesa të larta për aftësitë e nxënësve në planifikimin e punës dhe në menaxhimin e kohës.

Këtu sugjerohet formati i një gazete muri, pasi kjo jep rezultate kudo. Aspektet teknike të prodhimit të gazetave nuk janë të rëndësishme. Nxënësit mund t'i shkruajnë lajmet e tyre me dorë.

Prodhimi i një gazete muri i kthen nxënësit pas, te rrënjët, dhe i lejon ata të përqendrohen në bazat e redaktimit dhe në zgjedhjet e përfshira.

Në një mjedis të mësuarit të bazuar në detyra, mësuesi kryen rolin e një "asistenti", i cili mbështet nxënësit kur kanë nevojë për materiale shitesë, qasje në një kompjuter etj. Ai vëzhgon nxënësit për të vlerësuar nivelin e tyre të aftësive dhe zhvillimit e kompetencave. Mësuesi dëgjon diskutimet e nxënësve dhe lexon gazetatat e tyre të murit, ndërsa ata janë duke i shkruar. Kjo i lejon mësuesit të përgatisë një leksion të shkurtër, por të rëndësishëm në mësimin 4.

Përshkrimi i mësimit

Faza 1: Nxënësit redaktojnë dhe prodhojnë gazetën e tyre

Fletët e punës së nxënësit 9.1-9.3

Nxënësit punojnë në grupe. Ata caktojnë tre detyrat: të kryeredaktorit, të menaxherit të kohës dhe të prezantuesit para anëtarëve të ndryshëm të ekipit.

Ata ndjekin apo përshtatin orarin e punës të sugjeruar në fletën e punës së nxënësit 9.3.

Nëse ka një interval mes të mësimëve 2 dhe 3, materiali i projektit duhet të ruhen në mënyrë të sigurt. Mësuesi dhe nxënësit bëjnë marrëveshje se kush është përgjegjës për këtë detyrë.

Të udhëhequr nga fleta e punës së nxënësit 9.3, reporterët përgatisin prezantimet e tyre për seancën plenare në mësimin 4.

Faza 2: Nxënësit lexojnë gazetën e njëri-tjetrit

Në mes të mësimit të tretë, nxënësit shfaqin gazetën e tyre në klasë. Atyre iu kërkohet të lexojnë gazetën e njëri-tjetrit para mësimit të ardhshëm EQD/EDNJ.

Mësimi 4

A e kontrollojmë ne median - apo media na kontrollon ne? Mediat - një instrument i komunikimit dhe i pushtetit

Kjo matricë përmbledh informacionin që i nevojitet një mësuesi për planifikimin dhe zhvillimin e mësimi.

Trajnimi i kompetencave i referohet drejtpërdrejt EQD/EDNJ.

Objektivi i mësimi tregon atë që nxënësit njohin dhe kuptojnë.

Detyra e nxënësit, së bashku me **metodën**, formojnë bërthamën e procesit mësimor.

Materialet në listën e plotë e mbështetin përgatitjen e mësimi.

Koha në dispozicion na jep një udhëzues të përafërt për menaxhimin e kohës së mësuesit.

Trajnimi i kompetencës	Reflektimi për zgjedhjet dhe ndikimi i tyre.
Objektivat e të mësuarit	Mediat janë një instrument i fuqishëm i komunikimit dhe i kontrollit.
Detyrat e nxënësve	Nxënësit krahasojnë dhe reflektojnë për zgjedhjet dhe vendimet e tyre.
Materialet dhe burimet	Shfaqja e gazetave në mur. Materiale për mësuesit 9A.
Metoda	Raportet, diskutime plenare. Leksion.
Koha në dispozicion	1. Nxënësit krahasojnë zgjedhjet dhe vendimet e tyre. 15 min
	2. Nxënësit reflektojnë për ndërtimin e mesazheve të tyre. 10 min
	3. Leksioni i mësuesit: vendosja e agjendës, ruajtja. 5 min
	4. Diskutimet në vijim. 10 min

Informacion

Nxënësit reflektojnë për përvojën e tyre në këtë projekt. Ata nuk lexojnë gazetave të njëri-tjetrit për hir të informacionit, por që të përqendrohen në vendimet e përfshira në përzgjedhjen e temave dhe të fotove. Ata eksplorojnë rolin e medias si rojtarë dhe përcaktues të rendit të ditës.

Gazetarët paraqesin informacion shtesë për diskutimet në ekipe dhe nxënësit krahasojnë dhe reflektojnë për përvojën e tyre.

Mësuesi shton konceptet - mediat si rojtarë dhe përcaktuesit e rendit të ditës - në një ligjëratë të shkurtër. Ky është një shembull se si të mësuarit konstruktivist pasurohet me udhëzime sistematike. Përvoja e nxënësve krijon kontekstin në të cilin instruksionet e mësuesit japin një këndvështrim të ri që u mundëson nxënësve të kuptojnë përvojën e tyre në një nivel më të avancuar abstrakt të menduarit dhe të kuptuarit.

Alternativat e ndryshme të zgjeruara në këtë projekt dhe zbatimi i tij më në thellësi janë po gjithashtu të mundshme. Këto mund të diskutohen në fund të mësimi.

Përshkrimi i mësimit

Nxënësit pritet të kenë lexuar gazetatat e njëri-tjetrit para këtij mësimi.

Faza 1: Nxënësit shpjegojnë dhe krahasojnë zgjedhjet e tyre

Me radhë, çdo prezantues raporton për vendimet e marra nga ekipet e tyre dhe shpjegon arsyet për to. Të udhëhequr nga shënimet udhëzuese (dhe Fletën e punës së nxënësit 9.3) prezantuesit duhet të trajtojnë çështjet e mëposhtme:

- Zgjedhja e tregimeve kryesore;
- Çfarë temash mori parasysh ekipi dhe pse disa tema të caktuara janë përfshirë ose lënë jashtë;
- Zgjedhja e fotografive;
- Çështje të tjera të rëndësishme.

Prezantimet përqendrohen në vendimet kontrolluese dhe në përcaktimin e agjendës se sa në përmbajtjen e vetë gazetave. Ata japin materialin në të cilin fokusohet mësuesi në leksionin e tij të shkurtër, duke theksuar përvojën e përbashkët të ekipeve përmes shtimit të disa koncepte kyçe të literaturës mediatike. Në këtë mënyrë, të mësuarit konstruktivist përcakton kontekstin për shqyrtimin e njohurive konceptuale nëpërmjet mësimit sistematik e të shkurtër.

Faza 2: Nxënësit reflektojnë për ndërtimin e mesazheve të tyre

Mësuesi kërkon nga nxënësit të krahasojnë arsyet për vendimet e ekipeve të tyre.

- A mund të identifikojmë ndonjë kriter mbizotërues, p.sh. vlerën e lajmeve?
- Deri ku i kemi marrë parasysh aspektet e konkurrencës, p.sh. përdorimin e ngjarjeve pikante?
-

Raportet e prezantuesit dhe krahasimi i zgjedhjeve mund të shkaktojë një diskutim të rëndësishëm. Nxënësit mund të ngrenë problemin e influencës së madhe të mediave në informacionin që marrim ose në atë që nuk e dëgjojmë kurrë. Mësuesi drejton diskutimin. Edhe pse ai e merr fjalën menjëherë, nuk ka nevojë që mësuesi të komentojë për deklaratat e nxënësve.

Faza 3: Leksioni i mësuesit

Hapi 3.1 Leksioni bazë

Materiale për mësuesit 9A

Siç tregohet më sipër (shih fazën 1), mësuesi lidh pikat e kësaj të dhëne të shkurtër me kontekstin e përvojës dhe pyetjet e nxënësve. Kjo kërkon një element fleksibiliteti në paraqitjen e pohimeve në vijim:

1. Të gjitha mesazhet e medias janë ndërtuar. Një aspekt themelor i ndërtimit të mesazhit është zgjedhja e një pjese të vogël të informacionit që kthehet në histori dhe lënia jashtë e shumë pjesëve të tjera të informacionit. Nxënësit hulumtuan këtë aspekt të ndërtimit të mesazhit kur redaktuan gazetatat e tyre.
2. Me përzgjedhjen dhe mosdhënien e informacionit, redaktorët dhe prodhuesit e lajmeve vepruan si rojtarë/kontrollorë të mediave dhe përcaktues të rendit të ditës. Ata ndikojnë fuqimisht në opinionin publik dhe në vendimmarrjen politike dhe tregojnë se si ne marrim pjesë në demokraci. Masën se deri ku ky ndikim kthehet në kontroll varet nëse ne ushtrojmë rolin tonë të rojtarit apo jo.

Këto dy pika janë të lidhura ngushtë me përvojën e nxënësve në këtë projekt të vogël. Mësuesi mund të përfundojë të dhënat këtu, sepse pikat sigurisht japin mjaft material për të menduar ose mund të

shtojë pika të mëtejshme, në varësi të interesave dhe pyetjeve të nxënësve. Në këtë rast, afati kohor mund të kenë nevojë të zgjerohet.

Hapi 3.2 Zgjerime për mësimin

1. Nga ana tjetër, si ndërmarrje tregtare, mediat konkurrojnë me njëra-tjetrën për të tërhequr vëmendjen tonë. Prodhuesit e medias kujdesen për të përmbushur interesat e pritshmëritë e audiencës së tyre. Suksesi i tyre komercial varet nga zgjedhjet e përdoruesve të mediave.
2. Ne varemi nga media për perceptimin tonë të botës. Në këtë mësim, nxënësit fokusohen në një media klasike, gazetatat. Megjithatë, sot janë shfaqur llojet e reja të medias dhe ne i përdorim ato për qëllime të ndryshme. Ne kemi ende masmediat klasike (media elektronike) - revistat, gazetatat, TV dhe radio - që ne përdorim kryesisht si burim informacioni dhe për argëtim. Pastaj kemi media të reja të bazuara në internet (faqet e internetit, e-mail, blogjet, networket të tipit facebook, twiter), duke mos harruar SMS. Ne i përdorim këto për shumë qëllime, por veçanërisht për komunikim me njëri-tjetrin dhe, siç e dinë mirë nxënësit, brezi i ri është më i familjarizuar me këto se sa prindërit dhe shumica e mësuesve të tyre.
3. Sot, ne jetojmë në një kulturë të medias. Shoqëria është një rrjet bashkëveprimi mes anëtarëve të tij. Bashkëveprimi shoqëror, në një masë të madhe, është komunikim. Komunikimi është i mbështetur, kanalizuar dhe formatuar nga media dhe mesazhet e medieve jo vetëm e reflektojnë, por edhe e thyejnë realitetin.

Faza 4: Diskutimet vijuese dhe përfundimet e njësisë

Nxënësit duhet të kenë mundësinë për të reaguar në leksionin e mësuesit.

Ata mund të kenë pyetje rreth të kuptuarit, ose mund të ngrenë probleme për pushtetin e mjeteve të komunikimit masiv, si rojtarë dhe përcaktues të rendit të ditës.

Mësuesi më në fund ngre pyetjen nëse munden dhe si mundet të vazhdojnë projektin, për shembull, duke bërë një nga sugjerimet e mëposhtme:

- Gazetat e murit mund të shfaqet në shkollë.
- Nxënësit mund të ftojnë një gazetar profesionist për të vizituar klasën. Ata mund t'i tregojnë atij gazetatat, t'i kërkojnë mendime dhe të diskutojnë çështjen e rojtarëve.
- Një ekip i redaktorëve mund të vazhdojnë me këtë projekt për shkollën dhe për të prodhuar një gazetë (muri) të shkollës.
- Nxënësit mund të raportojnë për mediat që formojnë dhe ndikojnë më fuqishëm në formësimin e opinionit publik.
- Nxënësit mund të qëndrojnë në çështjen që kanë raportuar dhe të vazhdojnë veprimet për të. Lidhjet me kapitujt e tjera të këtij manuali janë të mundshme.

Materiale për mësuesit 9A

Aftësitë dhe strategjitë për edukimin me mediat

nga Elizabeth Thoman

Nga radioja që na zgjon në mëngjes e derisa sa na zë gjumi duke parë programet e vona, ne jemi të ekspozuar ndaj qindra, madje mijëra imazheve dhe ideve, jo vetëm nga televizioni, por tani edhe nga titujt e gazetave, kapakët e revistave, filmat, faqet e internetit, fotot, video lojërat dhe posterat. Disa janë i quajnë të rinjtë e sotëm, *mosha e ekraneve*.¹⁹

Deri kohët e fundit, pak vetë ngrinin pyetje për rritjen e dominimit të mediave në jetën tonë. Ata që e bënin këtë ishin të prirë të fokusoheshin në çështjet e përmbajtjes, si për shembull, ne praninë e madhe të seksit dhe dhunës në televizion dhe filma. Disa mbronin censurën, ndërsa të tjerë thjesht u bënin thirrje familjeve të fiknin TV. Por fakti është, se edhe nëse ju fikni televizionin, ju nuk mund t'i shpëtoni kulturës së medias së sotme përveçse nëse hipni në një majë mali. Media jo vetëm ndikon në kulturën tonë. Ajo është vetë kultura jonë.

Roli kryesor i medias në kulturën tonë globale është arsyeja pse censura kundër mediave nuk do të jetë kurrë e suksesshme. Ajo që është e nevojshme, në vend të kësaj, është të rimendojmë rolin e medias në të gjithë jetën tonë - një rishqyrtim që pranon zhvendosjen e paradigmës nga një kulturë e shtypit të shkruar, në kulturën e imazhit që është zhvilluar në 150 vitet e fundit që nga shpikja e fotografisë dhe aftësinë për të ndarë një objekt ose një ngjashmëri nga një kohë e vend i caktuar dhe që ende mbetet e vërtetë, e dukshme dhe e përhershme.²⁰

Për 500 vite, ne kemi vlerësuar aftësinë për të lexuar materialet e shtypura, për të marrë pjesë plotësisht si qytetarë të informuar dhe të rritur të arsimuar në shoqëri. Sot familja, shkolla dhe të gjitha institucionet komunitare, përfshirë komunitetin mjekësor dhe shëndetësor, ndajnë përgjegjësinë për përgatitjen e të rinjve për të jetuar në botën e imazheve, fjalëve dhe tingujve të fuqishëm.²¹ Quajeni këtë "edukim mediatik."

Çfarë është edukimi mediatik?

Pikërisht ashtu si tingëllon - aftësia për të interpretuar dhe krijuar kuptimin personal nga qindra, madje mijëra simbole verbale dhe vizuale, që marrim çdo ditë përmes televizionit, radios, kompjuterëve, gazetave dhe revistave dhe, natyrisht, reklamave.

Është aftësia për të zgjedhur dhe përzgjedhur, aftësia për të sfiduar pyetjet, aftësia për të qenë të vetëdijshëm për atë që po ndodh rreth jush dhe të mos jeni pasiv dhe për këtë arsye, të pambrojtur.

"Ne duhet t'i përgatisim të rinjtë

për të jetuar në botën e imazheve, të fjalëve dhe të tingujve të fuqishëm."

UNESCO, 1982

Studiuesit e mediave thonë se, televizioni dhe mediat janë rrënjësor aq shumë në mjedisin tonë kulturor sa që ne nuk duhet të shohim më si detyrë edukimin mediatik për të siguruar "mbrojtje" kundër mesazheve të padëshiruara. Qëllimi ynë duhet të jetë të ndihmojmë njerëzit të bëhen të aftë, kritikë dhe të shkolluar në të gjitha format e mediave, në mënyrë që ata të kontrollojnë interpretimin e asaj që shohin apo dëgjojnë, në vend që të lënë interpretimet t'i kontrollojnë ata. Len Masterman, autor i *Mësimi të Medias*, e quan atë "autonomi kritike."²²

19 Rushkoff, Douglas, *Playing the Future: How Kids' Culture Can Teach Us to Thrive in an Age of Chaos*, 1996.

20 From the work of Stewart Ewen especially *All Consuming Images: The Politics of Style in Contemporary Culture*, 1988.

21 From the Final Report, UNESCO International Symposium on Education of the Public in the Use of Mass Media, Grunwald, 1982.

22 Masterman, Len, *Teaching the Media*, 1989, chapter 2.

Përkufizime të tjera theksojnë se edukimi mediatic nuk është aq shumë një organ i caktuar i dijes, por më tepër një aftësi, një proces, një mënyrë e të menduarit që, sikundër të kuptuarit e leximit, është gjithmonë në evoluim. Për t'u quajtur i shkolluar në lidhje me median, nuk do të thotë të mësosh të mbash mend fakte apo statistika në lidhje me mediat, por të ngresh pyetjet e duhura në lidhje me atë që jeni duke parë, lexuar apo dëgjuar²³. Në zemër të njohurive për mediat është parimi i hetimit.

Mësoni për çfarë të kërkoni

Çfarë duhet të dinë fëmijët (por edhe të rriturit) në lidhje me mediat? Gjatë viteve, edukatorët e mediave kanë identifikuar pesë ide, që të gjithë duhet t'i dinë, rreth mesazheve të mediave, nëse mesazhi vjen i pakëtuuar si një Sitcom TV, një lojë kompjuterike, një video muzikore, një reklamë reviste ose një film në skenë.²⁴

1. Të gjithë mesazhet e mediave janë të "ndërtuar"

Nëse ne jemi duke shikuar lajmet e natës ose duke kaluar pranë një billboardi në rrugë, mesazhi i medias që përjetojmë është shkruar nga dikush (ose ndoshta nga disa njerëz), fotot janë marrë dhe një dizajnues krijuesi i ka mbledhur të gjitha së bashku. Por kjo është më shumë se një proces i thjeshtë fizik. Ajo çfarë ndodh është se çdo gjë që është "ndërtuar" nga vetëm pak njerëz, bëhet "ashtu siç është" për gjithë pjesën tjetër, pra prej nesh. Por ne si audiencë, nuk marrim, as shohim apo dëgjojmë fjalët, fotografitë ose marrëveshjet që janë refuzuar. Ne shohim, dëgjojmë ose lexojmë vetëm atë që është pranuar.

Ndihma që ofrohet për njerëzit që ata të kuptojnë si është organizuar media dhe çfarë është lënë jashtë, se si është formuar media, ajo që ne dimë dhe kuptojmë në lidhje me botën në të cilën jetojmë, është e rëndësishme për t'i ndihmuar njerëzit si të drejtojnë jetën e tyre në një shoqëri globale dhe teknologjike.

2. Mesazhet e medias janë të konstruara duke përdorur një gjuhë krijuese me rregullat e tyre

Çdo formë e komunikimit, të tilla si: gazetatat, lojërat në TV ose filmat horror, kanë gjuhën e vet krijuese: muzika e frikshme rrit frikën, kamera nga afër përcjellë intimitet, titull i madh shënon rëndësinë. Të kuptuarit e sistemit të gramatikës, sintaksës dhe metaforave në gjuhën e mediave rrit vlerësimin dhe gëzimin tonë për përvojat e mediave, si dhe na ndihmon të jemi më pak të ndjeshëm ndaj manipulimit. Një nga mënyrat më të mira për të kuptuar se si media organizon është duke vepruar në këtë mënyrë - bëni vetë një video tuajën, personale, krijoni një website për shokët tuaj *Scout*, zhvilloni një fushatë reklamash për të njoftuar fëmijët për rreziqet e pirjes së duhanit.

3. Njerëz të ndryshëm përjetojnë të njëjtin mesazh në media në forma të ndryshme

Për shkak të moshës së çdo individi, edukimit dhe arsimimit, nuk ka dy njerëz që të shohin të njëjtin film ose të dëgjojnë të njëjtën këngë në radio. Edhe prindërit dhe fëmijët nuk shohin të njëjtën shfaqje televizive! Ky koncept i kthen tabelat për idenë e shikuesve të TV po aq pasiv "si patatet në divan." Ne mund të mos jemi të vetëdijshëm për këtë, por secili prej nesh, madje edhe fëmijët e vegjël, janë vazhdimisht në përpjekje që të "kuptojnë" atë çfarë shohin, dëgjojnë ose lexojnë. Sa më shumë pyetje që të ngremë për atë çka jemi duke përjetuar rreth nesh, aq më vigjilent mund të bëhemi në lidhje me pranimin ose refuzimin e mesazheve. Studimet tregojnë se, me kalimin e kohës, fëmijët e të gjitha moshave mund të mësojnë aftësi të përshtatshme për moshën, që i japin atyre syze të reja me të cilat ata mund të "lexojnë" kulturën e tyre në media.²⁵

4. Mediet janë kryesisht biznese të shtyrë nga një motiv fitimi

²³ Nga shpallja e misionit të revistës *Media&Vlera*, botuar nga 1977-93 nga Qendra për arsimimin për Median.

²⁴ Përshtatur nga dokumentet e edukimit mediatic nga Anglia dhe Kanadaja. Botuar për herë të parë në SHBA si "Pesë ide të rëndësishme" për t'u mësuar fëmijve rreth TV," nga Jay Davis *Media&Values* #52/53; Vjeshtë, 1990.

²⁵ Hobbs, Renee, Sinkronizimi me medien: *Letërsi për kohën e informacionit*, video 1995, shpërndarë nga Qendra për edukimin mediatic.

Gazetat nxjerrin, në faqet e tyre të para, reklama; hapësira e mbetur i përkushtohet lajmeve. Po kështu, ne të gjithë e dimë se reklamat janë pjesë përbërëse e TV më të shikuara. Ajo që shumë njerëz nuk e dinë është se ajo që është me të vërtetë duke u shitur me anë të televizionit nuk është vetëm produkti që reklamohet për audiencën, por edhe audiencja për reklamuesit!

Qëllimi i vërtetë i programeve që ne shohim në TV komerciale, qoftë lajme apo argëtuese, nuk është vetëm argëtimi, por më tepër krijimi i një audiencë (dhe i vë ata në një gjendje shpirtërore perceptuese) në mënyrë që rrjeti ose stacioni lokal të mund të shesë kohën për sponsorët që të reklamojnë produktet e tyre në reklama. Çdo sekondë është e vlefshme! Sponsorët paguajnë për kohën, bazuar në numrin e njerëzve që stacioni parashikon të shikojnë. Sponsorët gjithashtu e synojnë mesazhin e tyre të reklamave për llojet e shikuesve të veçantë, për shembull, gratë 20-35, që shpenzojnë para për produktet e reklamuar ose fëmijët e moshës 2-7 vjeç, që ndikojnë në shpenzimet e prindërve të tyre.

Ndoshta kjo nuk është mënyra që ne do të donim të ishte, por, në të vërtetë, shumica e medieve na jepen, siç thotë studiuesi George Gerbner, nga korporatat private globale me diçka për të shitur, në vend që të ishte nga familja, kisha, shkolla ose edhe nga vendi amtar i dikujt, me diçka për të na treguar.²⁶

5. Mediet kanë ngulitur vlerat dhe këndvështrimet

Mediet, për shkak se janë të konstruara, transmetojnë nëntekstin për çfarë është e rëndësishme, të paktën, për personin ose personat që e krijojnë si konstruksion. Mediet janë edhe tregimtare (edhe reklamat tregojnë një histori të shpejtë dhe të thjeshtë) dhe tregimet kërkojnë karaktere, mjedis dhe një skenar që ka një fillim, mes dhe fund. Zgjedhja e moshës së karakterit, gjinisë apo racës, të përziera me stilin e jetesës, qëndrimet dhe sjelljet që janë portretizuar, zgjedhja e një mjedisi (urban? rural? i pasur? i varfër?) dhe veprimet dhe ri-veprimet në skenar janë vetëm disa nga mënyrat sesi "nguliten" vlerat në një shfaqje televizive, film ose reklamë.

Është e rëndësishme për të mësuar si t'i "lexojmë" të gjitha llojet e mesazheve të medieve, për të zbuluar pikat e këndvështrimit që janë trupëzuar në to. Vetëm atëherë ne mundemi të gjykojmë nëse do ta pranojmë ose refuzojmë këtë mesazh, ndërkohë që negociojmë rrugën tonë çdo ditë përmes mjedisi tonë të medies.

Pesë pyetje themelore që mund të shtrohen për çdo mesazh të medieve

Mësoni për çfarë duhet të pyesni!

Nga këto koncepte rrjedhin një seri prej pesë pyetjesh themelore²⁷ që mund të shtrohen për çdo mesazh në media. Vini re se, secila mund të hapë shumë shtresa pyetjesh më të thella:

1. Kush e krijoi këtë mesazh dhe pse po e dërgon atë?
2. Çfarë teknikash janë përdorur për të tërhequr vëmendjen time?
3. Çfarë lloj jetese, vlerash dhe këndvështrimesh përfaqësohen në mesazh?
4. Si mundën njerëz të ndryshëm ta kuptojnë këtë mesazh ndryshe nga unë?
5. Çfarë është lënë jashtë nga ky mesazh?

Zakonisht, procesi i pyetjeve zbatohet në një media me "tekst" të veçantë - dmth, një prodhim ose publikim i identifikueshëm ose një pjesë e një të tilli: një episod i *Mighty Morphin Rangers Powers*, një reklamë për Pepsi, një çështje e revistës *Seventeen*, një billboard për birrën *Budweiser*, foto dhe artikuj rreth grabitjes së një banke në faqen e parë të një gazete, emision televiziv Super Bowl. (...)

Pyetjet

thelbësore

Për të qenë një i rritur funksional në një shoqëri mediatike, duhet të jesh në gjendje të bësh dallimin midis formave të ndryshme të mediave dhe si të drejtosh pyetjet themelore dhe konceptet themelore

²⁶ Gerbner, George, "Dhuna Televizive dhe arti i të bërit të pyetjeve të gabuara," në *The World & I: Një kronikë e kohës sonë në ndryshim*, Korrik, 1994.

²⁷ Falenderojmë Renée Hobbs për punën e saj në artikullin e këtyre pyetjeve përmes trajnimit dhe mesimdhënie.

të cituara më sipër. Edhe pse shumica e të rriturve sot kanë mësuar, në orën e letërsisë, për të dalluar një poemë nga një ese, është e mahnitshme të shohësh se sa shumë njerëz nuk e kuptojnë dallimin në mes të një gazete të përditshme dhe një tabloidi supermarketi.

Meqë sot, në çast, nëpërmjet televizionit dhe internetit, për publikun ofrohen gjithnjë e më shumë informacione rreth ngjarjeve kombëtare dhe botërore, individët duhet të dinë si të verifikojnë vetë informacionin, si të kontrollojnë burimet dhe si të krahasojnë dhe të vënë përballë njeri-tjetrit versione të ndryshme të të njëjtit informacion, me qëllim që të zbulojnë paragjykimet ose kontrollin politik "të telekomanduar". (...)

Tre Hapat për Sukses: përmbledhje e një Programi Efektiv për edukimin mediatik
"Edukimi Mediatik" është një term që përfshin tre qasje të ndërlidhura që çojnë në fuqizimin mediatik të qytetarëve të të gjitha moshave:

Qasja e parë është thjesht të qenit i vetëdijshëm për rëndësinë e balancimit ose menaxhimit të "dietës" mediatike të dikujt - duke ndihmuar fëmijët dhe familjet që të bëjnë zgjedhje të shëndetshme dhe të menaxhojnë sasinë e kohës që kalojnë me televizion, video, lojëra elektronike, filma dhe media të ndryshme të shtypit.

Qasja e dytë është mësim i aftësive specifike të shikimit kritik – mësimi për të analizuar dhe pyetur se çfarë kemi në kuadër, si është ndërtuar dhe se çfarë mund të jetë lënë jashtë. Aftësitë e shikimit kritik mësohen më mirë përmes orëve me bazë hetimin ose aktivitetet në grupe interaktive, si dhe nga krijimi dhe prodhimi i mesazheve të veta mediatike.

Qasja e tretë - analiza sociale, politike dhe ekonomike, shkon përtej kuadrit (përmes të cilit ne shohim imazhet e mediave) për të shqyrtuar çështje më të thella se cili prodhon mediet që ne përjetojmë dhe për çfarë qëllimi? Cili është ndikimi i medieve në kulturën tonë dhe si mund të qasen në media çështje të tilla si dhuna, stereotipat racore dhe konsumizmi?

Përmes hetimit, diskutimit dhe veprimit me projekte, si të rriturit edhe të rinjtë shohim se si secili prej nesh (dhe të gjithë së bashku në shoqëri) e marrim dhe nxjerrim atë që do të thotë diçka nga përvojat tona me mediat dhe se si masmedia drejton gjithë ekonominë tonë globale të konsumit. Kjo qasje mund të përgatisë terrenin për përpjekje të ndryshme për mbrojtjen e medieve që sfidojnë ose kompensojnë politikat publike ose praktikatat e korporatave.

Edhe pse televizionet dhe media elektronike mund të duket se paraqesin arsyt më bindëse për promovimin e edukimit mediatik në shoqërinë bashkëkohore, parimet dhe praktikatat e mkwtij edukimi janë të zbatueshme për të gjitha mediat, nga televizioni, te bluzat e deri te tabelat në Internet.

Teksti i shkurtuar

© 2003 Qendra për Edukimin mediatik

www.medialit.org/

Për më shumë modele në edukimin mediatik, shihni www.media-awareness.ca/