

9. НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА Медији

Средњошколски ниво образовања

**Учествовати у демократији кроз медије
Креатори и корисници медија као „вратари“
(*gatekeepers*) и селектори програма**

9.1 Ми смо „вратари“!

Ми одлучујемо шта желимо да читамо

9.2 и 9.3 Ми смо „вратари“!

Ми одлучујемо какве вести ћемо понудити читаоцима

9.4 Да ли ми контролишемо медије – или медији контролишу нас?

Медији – инструмент комуникације и моћи

9. НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА: Медији Учествовати у демократији кроз медије Креатори и корисници медија као „вратари“ (*gatekeepers*) и селектори програма

Увод за наставнике

1. У демократији учествујемо преко медија

Учешће у друштву и политици је, у суштини, комуницирање са другима – примање и давање информација путем медија. Грађани који не умеју да комуницирају путем медија не могу да учествују у друштву и политици.

Медији нуде мноштво начина комуницирања и пружају више информација него икада пре, али они истовремено и контролишу информације и начин комуникације. Живимо у медијској култури. Модерна комуникација која се заснива на медијима и коју медији контролишу је изазов за сваког појединца.

Са једне стране, медији нуде изузетне могућности грађанима који су медијски писмени и који се према медијима односе критички и промишљено, успешно се носећи са огромним бројем информација различитих врста и квалитета.

Са друге стране, медији искључују све оне који не могу себи да приуште да их купе, или немају вештине које су потребне за њихово коришћење и процењивање квалитета информација.

2. Медијска писменост – кључна компетенција у ЕДЦ/ХРЕ

Медијска писменост је можда чак и *суштинска* компетенција у ЕДЦ/ХРЕ. Подучавање о људским правима је директно повезано са медијском писменошћу. Слобода медија и право на слободан приступ информацијама зависе од способности остваривања тих права. Неједнаки нивои медијске писмености у друштву стварају нову димензију неједнаких могућности и нове облике укључености и искључености.

Ова наставна јединица треба да помогне ученицима да учине важан корак у развијању медијске писмености. Ученици имају прилику да виде како кроз медије стварамо своју слику стварности – као креатори, али и као примаоци медијских порука. Обе ове улоге, на различите начине, функционишу као „вратари“ (*gatekeepers*) и селектори програма тако да се наша слика света, а посебно политике, заснива на и обликује уз помоћ медијских порука које примамо пошто су оне већ прошле кроз два филтера – избор који су направили продуценти и наш избор, као корисника медија.

У овој наставној јединици нагласак је на једном врло важном аспекту медијске писмености: све медијске поруке су конструисане. Има веома много потенцијала за подучавање у различитим областима, на пример области језика, анализирањем специфичног језика којим се медији служе (види материјал за наставнике 9А – Научити шта треба да тражимо, бр. 1 и 2).

3. Приказ наставне јединице

Централна тема ове наставне јединице је питање на који начин се одвија „чување врата“ и креирање програма путем медија. Преузимањем различитих улога, ученици стичу искуство из обе перспективе: корисника медија, али и њихових креатора.

1. час: Ми смо „вратари“! Ми одлучујемо шта желимо да читамо.

2. и 3. час: Ми смо „вратари“! Ми одлучујемо какве вести ћемо понудити читаоцима.

4. час: Да ли контролишемо медије – или медији контролишу нас? Анализа.

На првом часу, ученици постају свесни своје улоге „вратара“ у сопствену корист. Они праве избор између двоје различитих новина, а притом неке информације бирају, а друге одбацују. Чинећи то, остварују своје људско право на слободан приступ и избор информација.

На другом и трећем часу, ученици раде на кључном задатку, малом пројекту у којем израђују зидне новине. Сада су поново у улози „вратара“, али овог пута су на страни оног који шаље информације, а не на страни примаоца. Остварују своје људско право на слободну, нецензурисану штампу.

На четвртном часу, ученици анализирају своје одлуке и дискутују о утицају који имају медији – као инструменти комуникације и моћи. Постају свесни и јаког конструктивистичког елемента у нашој слици о свету коју су обликовали креатори и примаоци информација.

4. Конструктивистичко учење и настава

Ова наставна јединица ученицима пружа време и слободу за конструктивистичко учење. У конкретном контексту медија, конструктивистичко учење се директно поклапа са стварањем порука у медијима. Медијску поруку ствара неко други, са конкретним интересом и стратешком намером („рећи или продати“), али и сам корисник.

Наставник упознаје ученике са појмовима „чувања врата“ (*gatekeeping*), селекције програма, медијске културе, слободе медија, и слободног приступа информацијама кроз подучавање, повезујући их са контекстом конструктивистичког учења (види табелу са основним појмовима у наставку).

5. Избор медија

У овој наставној јединици нагласак је на класичном штампаном медију, новинама, које многим младим људима нису први избор. Зашто би ученици у овој јединици требало да читају и производе новине?

1. Први разлог је прагматичан. Проучавање штампе и стварање једноставних зидних новина захтева средства која су свуда доступна и мале новчане издатке.
2. Из дидактичке перспективе, ако желимо да пренесемо ученицима један део медијске писмености, једноставан пример функционише боље. Писањем текстова руком, исечањем, лепљењем и цртањем, ученици се враћају основама производње медија. Чак и код производње једноставних зидних новина, основни феномен „чувања врата“ од стране уредника већ постоји, као и принцип стварања слике стварности кроз примање поруке.

Наравно, ови основни аспекти постоје и код свих осталих медија – радија, ТВ-а, свих врста фотографија, комуникације путем интернета, порука преко мобилног телефона. Сви ови медији, не само да постављају веће захтеве у погледу средстава и улагања већег напора у медијску производњу, већ и у погледу медијске анализе, или деконструкције.

3. Приступ рада са новинама следи начело спиралног наставног плана и програма у овом издању ЕДЦ/ХРЕ. Задатак који ученици имају у овој наставној јединици поклапа се са оним у 7. наставној јединици III приручника, „Живети у демократији“, који је намењен вишим разредима основне школе. Разлика између ових наставних јединица је ниво анализе за који су ученици спремни с обзиром на њихов узраст.

Основни појмови

Gatekeeping

Само мали део информација које се дневно достављају уредницима појављује се у штампи. Уредници вести избацују оно што се не може објавити. Један од критеријума је да ли је информација вредна објављивања – да ли је важна и довољно занимљива? Други критеријум је

расположиви простор. Трећи критеријум је равнотежа коју читаоци очекују – између информација и забаве, политике, бизниса, спорта, вести из живота славних, итд.

И читалац врши селекцију већег дела оног што новине нуде. Сви из искуства знамо да обично изаберемо само мањи број чланака и прича и на крају одложимо новине прочитавши само 5-10% понуђеног.

Начело „чувања врата“ се односи и на друге масовне медије - ТВ и радио, интернет и књиге.

Селекција програма

Уредници вести снажно утичу на политички програм. Кад неки проблеми или скандали привуку пажњу јавности, о њима се расправља, а политичари често морају реаговати на одређени начин. И овде читаоци морају одиграти своју улогу – како реагују на изнете проблеме?

Култура медија

Живимо у култури медија (видети материјал за наставнике 9А). У прошлој деценији, појавили су се начини комуницирања и преноса информација путем интернета, после чега су уселили мобилни телефони, а оба начина су врло привлачна, посебно млађим генерацијама. Осим тога, процес глобализације подстиче све већу доминацију медија. Медијске поруке су са текстуалних прешле на сликовне информације и произвеле снажан утицај на комуникацију и навике читања.

Слободан приступ информацијама и слобода штампе

Европска конвенција о људским правима, члан 10.1 (видети радни материјал за ученике 2.6)
„Свако има право на слободу изражавања. Ово право укључује слободу поседовања сопственог мишљења, примања и саопштавања информација и идеја без мешања јавне власти и без обзира на границе. ...“

Видети такође Универзалну декларацију о људским правима, члан 19 (радни материјал за ученике 2.5).

Произвођачи медија, исто као и њихови корисници, остварују основна људска права. Цензура тих слобода означава разлику између диктатуре и демократије. Слободе и технолошка револуција којима смо били сведоци после појаве рачунара и интернета, створили су културу медија у којој данас живимо. То искуство је противречно и карактеристично за процесе модернизације: ако успемо да се носимо са овим потенцијалом, добијамо; ако не можемо да испунимо захтеве, губимо. Због тога је медијска писменост кључна компетенција у ЕДЦ/ХРЕ.

Развијање компетенција: повезаност са другим наставним јединицама у овом приручнику

Шта показује ова табела

Наслов овог приручника, „Учествовати у демократији“, истиче компетенције активних грађана у демократији. Табела у наставку показује потенцијалне синергијске ефекте између наставних јединица у овом приручнику. Она показује које се компетенције развијају у 8. наставној јединици (осенчени ред у табели). Дебље уоквирени стубац табеле односи се на компетенције политичког одлучивања и деловања – стубац је посебно означен због блиске повезаности тих компетенција са учествовањем у демократији. Доњи редови указују на повезаност са другим наставним јединицама у овом приручнику: које компетенције се развијају у овим наставним јединицама, а истовремено помажу ученицима у раду у оквиру 8. наставне јединице?

Како користити ову табелу

Наставници могу на различите начине користити ову табелу као алат за планирање часова ЕДЦ/ХРЕ.

- Ова табела помаже наставницима да искористе синергијске ефекте који ученицима омогућавају увежбавање важних компетенција више пута, у различитим контекстима који су на много начина повезани. У том случају наставник бира и комбинује неколико наставних јединица.
- Табела помаже наставницима који само неколико часова посвећују ЕДЦ/ХРЕ: наставник може изабрати само ову наставну јединицу, а изоставити остале, јер зна да се неке кључне компетенције развијају у одређеној мери и у овој јединици – на пример, разумевање важности медијске писмености, вежбање основних слобода и однос између једнакости и слободе.

Наставне јединице	Димензије развијања компетенција			Ставови и вредности
	Политичка анализа и просуђивање	Методе и вештине	Учествовање у демократији. Политичко одлучивање и деловање	
9 Медији	Учествујемо у демократији кроз медијску комуникацију Продуценти и корисници медија функционшу као „вратари“ (<i>gatekeepers</i>)	Конструисање и деконструисање медијских порука	Употреба медија као средства за објављивање наших ставова и интереса	Свест о нашој зависности од доживљавања стварности из “друге руке”, посебно у политици
7 Једнакост	Једнаке могућности учешћа зависе од медијске писмености			Свест о информацијама као средству моћи
8 Слобода	Слобода медија и слободан приступ информацијама		<i>Gatekeeping</i> и селекција програма: остваривање људских права	Свест о информацијама као средству контроле моћи и власти

3 Разноликост и плурализам	Плурализам мишљења и интереса одражава се кроз медије			
6 Власт и политика	Селекција програма			

9. НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА : Медији – Учествовати у демократији кроз медије

Креатори и корисници медија као „вратари“ (*gatekeepers*) и селектори програма

Тема часа	Развијање компетенција/циљ учења	Задачи за ученике	Материјали и средства	Метода
1. час Ми смо „вратари“! Ми одлучујемо шта желимо да читамо	Као „вратари“ (<i>gatekeepers</i>) у сопствено име, ученици постају свесни својих склоности према одређеним медијима и порукама. И креатори и корисници поступају као „вратари“.	Ученици анализирају своју склоност ка одређеним новинама.	Насловне стране две различите врсте новина, издате истог дана. Радни материјал 9.1-9.3, флипчарт, фломастери, маказе и лепак. Колекција штампе.	Пленарна излагања и дискусија. Предавање. Рад у групама.
2. и 3. час Ми смо „вратари“ ! Ми одлучујемо какве вести ћемо понудити читаоцима	Сарадња у тиму; доношење одлука, договор о циљевима и распореду. Тимско управљање и надзор. Медијски уредници састављају вести које обликују нашу перцепцију стварности.	Ученици израђују сопствене зидне новине. Упоредјују своје новине и одлуке које су донели.	Радни материјал 9.2 и 9.3. Флипчарт, фломастери, маказе и лепак. Штампа свих врста и категорија.	Рад на пројекту.
4. час Да ли ми контролишемо медије – или медији контролишу нас? Анализа	Анализа одлука и њиховог утицаја. Медији су моћан инструмент комуникације и контроле.	Ученици упоређују и анализирају свој избор и одлуке.	Изложба зидних новина. Материјал за наставнике 9А.	Извештаји, пленарна дискусија. Предавање.

1. час

Ми смо „вратари“!

Ми одлучујемо шта желимо да читамо

Ова табела даје сажет преглед информација које су наставнику потребне за планирање и држање часа.	
Развијање компетенција упућује директно на ЕДЦ/ХРЕ.	
Циљ учења показује шта ученици знају и разумеју.	
Задатак/задачи за ученике, уз методу, чине основни елемент процеса учења.	
Листа материјала је помоћ у припреми часа.	
Предвиђено време наставнику омогућава оквирно планирање времена.	
Развијање компетенција	Као „вратари“ (<i>gatekeepers</i>) за себе, ученици постају свесни својих склоности према одређеном медијима и порукама.
Циљ учења	И креатори и корисници делују као „вратари“ (<i>gatekeepers</i>). Медији стварају нашу слику о свету. Имају моћ да одлуче шта ћемо сазнати (<i>gatekeeping</i> , селекција програма). Са друге стране, ми као корисници медија, смо „вратари“ у своје сопствено име. Ми бирамо или одбацујемо поједине медије и одлучујемо којим порукама ћемо поклонити пажњу.
Задачи за ученике	Ученици размишљају о својим склоностима према одређеним новинама.
Материјали и средства	Насловне стране двеју различитих новина, издатих истог дана. У великим одељењима би требало да буду доступна два или три примерка исте насловне стране. Радни материјали 9.1-9.3, флипчарт, фломастери, маказе и лепак. Више издања штампаних медија.
Метода	Пленарна излагања и дискусија. Предавање. Рад у групама.
Предвиђено време	1. фаза: Наставник уводи појам „чувања врата“ (<i>gatekeeping</i>) 25 мин. 2. фаза: Ученици планирају пројекат зидних новина. 15 мин.

Напомене

Као корисници, ученици реагују на разлике између новина, показујући више склоности према једнима, а одбацујући друге. На основу тих склоности, ученици делују као „вратари“ (*gatekeepers*) у сопствено име и помаже им се да тога постану свесни.

Променом угла гледања, ученици схватају да су и уредници одредили своје приоритете и направили избор. Какав избор и из којих разлога? Разматрајући то питање, ученици започињу рад на пројекту. Пронаћи ће одговор ако и они раде то исто – схватају медије стварајући медије. Започињу рад на кључном задатку ове наставне јединице.

Наставничково предавање је повезано са процесом конструктивистичког учења. Наставник уводи појам „чувања врата“ (*gatekeeping*) пошто су ученици то видели у пракси. Са друге стране, ученици примењују овај нови појам у наредном пројекту јер он садржи кључна питања њиховог задатка.

Опис часа

Припрема часа

Три недеље пре почетка рада на овој наставној јединици, наставник тражи да ученици прикупе штампане медије – новине, часописе, дневнике, рекламне проспекте, итд. Важно је да прикупе и фотографије. Од ученика се тражи да тај материјал донесу у школу, на први час када започиње рад на овој наставној јединици.

У зависности од расположивог простора, материјале треба изложити на школским клупама у учионици. Ученици ће те материјале употребљавати у изради зидних новина у оквиру 2. и 3. часа.

И наставник прикупља новине и часописе. Припремајући први час, наставник се служи тим материјалом и издваја по две насловне стране различитих новина. Насловне стране за све групе треба да буду од истог дана, да би се на тај начин омогућило поређење у оквиру група, као и поређење њихових резултата у пленарном делу. Свака група треба да има по две насловне стране из различитих новина. У зависности од могућности ученика, могу се користити и насловне стране на страним језицима.

На интернет страници www.newseum.org могу се пронаћи PDF верзије (величина А4) најновијих насловних страна многих европских новина. Ако наставник жели да их користи, треба да их фотокопира као радне материјале за ученике, а не само да их изложи на табли (види корак 1.1 у наставку).

1. фаза: Наставник уводи појам „чувања врата“ (*gatekeeping*)

Корак 1.1: Ученици говоре о томе којим новинама дају предност

Наставник ставља две насловне стране новина на таблу. Оне су у међусобном контрасту, на пример:

- таблоид и квалитетне новине;
- регионалне и националне новине;
- новине које одражавају различита политичка опредељења, на пр. социјалдемократска и нео-либерална.

Ако располажете са неколико примерака исте насловне стране, треба их изложити са довољно међу-простора, како би их сви ученици добро видели. У великим одељењима, то ће омогућити велику уштеду времена.

Ученици излазе и у тишини проучавају две насловне стране.

Наставник тражи да се ученици окупе испред новина којима су дали предност. Формирају две групе, а ако је потребно и трећу, којој се не свиђа ни једно од двоје новина. Ученици у групи кратко размењују мишљења, па затим у пленарном кругу износе разлоге због којих су одабрали одређене новине.

Наставник слуша и подстиче размену мишљења, али не коментарише ни изјаве ученика, ни њихов избор.

Корак 1.2: Упутство: основни појам „чувања врата“ (*gatekeeping*)

Наставник држи кратко предавање и уводи појам „чувања врата“ (*gatekeeping*) и његово двоструко значење. Повезује га са контекстом који су ученици дали у кораку 1.1. Као што су ученици показали, обично исказујемо јасну наклоност према једним новинама, јер се новине веома разликују. Дајемо предност једним новинама, одбацујемо друге. У свакодневном животу,

често више волимо да користимо друге медије као извор информација, нпр. ТВ или интернет. У том врло значајном погледу, функционишемо као „вратари“ (*gatekeepers*). Одлучујемо ком медију и којим информацијама из тог медија поклањамо пажњу. Медији зависе од нас – без наше пажње, њихов напор би био узалудан.

Наставник потом мења угао гледања: не функционишу само читаоци као „вратари“ (*gatekeepers*), већ то чине и уредници новина. Они одлучују какав избор ће нам понудити. У том смислу зависимо од медија – примамо искључиво информације које су они одабрали.

Појам „вратара“ или *gatekeeping* има два значења: и продуценти и корисници медија одлучују које су поруке важне. У политици су „вратари“ (*gatekeepers*) уједно и селектори програма.

Јасно је да и уредници доносе одлуке – различитих врста, што показују насловне стране њихових новина. Због чега? Ученици ће истражити то питање у пројекту који следи.

2. фаза: Ученици планирају пројекат израде зидних новина

Радни материјал за ученике 9.1-9.3.

Корак 2.1 Наставник ученицима објашњава задатак

Ученици формирају групе од четири до шест чланова и одређују тимове уредника. Следећа два часа су намењена изради зидних новина.

Ученици ће одиграти улогу „вратара“ коју имају уредници и бавиће се следећим питањима:

Које теме ћемо изабрати?

Коју тему ћемо изабрати као „мамац“ или уводник?

Шта можемо или морамо избацити због ограниченог простора?

Ученици треба да постану свесни да постављена питања показују шта слобода штампе значи у пракси – уживати слободу, али и прихватити одговорност решавања тешких проблема.

Наставник затим објашњава техничку страну задатка. Ученици могу употребити највише два папира са флипчарта. Своје чланке исписују руком. Могу претражити колекцију штампе коју су прикупили како би пронашли фотографије или дијаграме, или употребити друге медије да би прикупили различите информације. Међутим, ограничени су и простором и временом. Њихове зидне новине треба да буду изложене по завршетку следећег часа.

Ученици спајају школске клупе да би направили довољно велику површину на коју ће положити лист папира са флипчарта.

Корак 2.2 Ученици започињу рад на пројекту

Пратећи наставникова упутства, ученици почињу да читају радни материјал. Ако им време то допусти, прелазе на следеће кораке.

2. и 3. час

Ми смо „вратари“!

Ми одлучујемо какве вести ћемо понудити читаоцима

Ова табела даје сажет преглед информација које су наставнику потребне за планирање и држање часа.	
Развијање компетенција упућује директно на ЕДЦ/ХРЕ.	
Циљ учења показује шта ученици знају и разумеју.	
Задатак/задачи за ученике, уз методу, чине основни елемент процеса учења.	
Листа материјала је помоћ у припреми часа.	
Предвиђено време наставнику омогућава оквирно планирање времена.	
Развијање компетенција	Сарадња у тиму; доношење одлука, договор о циљевима и распореду. Управљање тимом и надзор.
Циљ учења	Уредници медија састављају и контролишу вести које обликују нашу перцепцију стварности. Као „вратари“ (<i>gatekeepers</i>) и селектори програма, медији на врло дискретан начин остварују моћ.
Задачи за ученике	Ученици израђују сопствене зидне новине. Међусобно упоређују новине и оно што су одабрали.
Материјали и средства	Радни материјали за ученике 9.2 и 9.3; флипчарт, фломастери, маказе и лепак. Све врсте и категорије штампе.
Метода	Рад на пројекту.
Предвиђено време	1. Рад на пројекту: ученици уређују и израђују зидне новине. 60 мин. 2. Ученици читају зидне новине које је израдила друга група. 20 мин.

Напомене

Други и трећи час посвећени су суштинском делу ове наставне јединице, пројекту у коме ученици преузимају улогу уредника и праве сопствене новине. Бавиће се истим питањима – које теме и догађаје укључити или избацити и дискутоваће о критеријумима за избор. Осим тога, задатак израде зидних новина у року од једног сата веома је захтеван, па ученици морају употребити своје вештине планирања и управљања временом.

Овде предлажемо формат зидних новина који је увек адекватан. Техничке појединости израде новина нису важне. Ученици могу писати руком своје новинске чланке.

Израда зидних новина их такорећи враћа на сам почетак и омогућава им да се усредсреде на оно најважније у уређивању новина и избору тема.

Код учења кроз задатке, наставникова улога је улога „асистента“ који пружа подршку ученицима ако им је потребан додатни материјал, доступност рачунара, и сл. Наставник такође прати ученике када оцењују ниво својих вештина и компетенција. Слуша њихове дискусије и чита зидне новине док их ученици праве. То све наставнику омогућава да припреми кратко, али важно предавање у оквиру 4. часа.

Опис часа

1. фаза: Ученици уређују и израђују своје зидне новине

Радни материјал за ученике 9.1-9.3

Ученици раде у групама. Додељују три задатка члановима тима: задатак главног уредника, ученика задуженог за мерење времена и говорника.

Ученици прате и усклађују план рада са радним материјалом 9.3.

Ако између 2. и 3. часа има времена, материјал за пројекат треба одложити на сигурно место. Наставник и ученици одлучују ко ће бити одговоран за тај задатак.

На основу радног материјала 9.3, извештачи припремају своја излагања у пленарном делу 4. часа.

2. фаза: Ученици читају зидне новине

На половини трећег часа, ученици излажу своје зидне новине у учионици. Пре почетка следећег часа ЕДЦ/ХРЕ, ученици треба да прочитају зидне новине других група.

4. час

Да ли ми контролишемо медије – или медији контролишу нас? Медији – инструменти комуникације и моћи

Ова табела даје сажет преглед информација које су наставнику потребне за планирање и држање часа.	
Развијање компетенција упућује директно на ЕДЦ/ХРЕ.	
Циљ учења показује шта ученици знају и разумеју.	
Задатак/задачи за ученике , уз методу, чине основни елемент процеса учења.	
Листа материјала је помоћ у припреми часа.	
Предвиђено време наставнику омогућава оквирно планирање времена.	
Развијање компетенција	Анализа одлука и њиховог утицаја.
Циљ учења	Медији су моћан инструмент комуникације и контроле.
Задачи за ученике	Ученици упоређују и анализирају своје изборе и одлуке.
Материјали и средства	Излагање зидних новина. Материјал за наставнике 9А.
Метода	Извештаји, пленарна дискусија. Предавање.
Предвиђено време	1. Ученици упоређују своје изборе и одлуке. 15 мин.
	2. Ученици анализирају састављање порука. 10 мин.
	3. Предавање наставника: селекција тема, <i>gatekeeping</i> . 5 мин.
	4. Дискусија. 10 мин.

Напомене

Ученици анализирају своје искуство на овом пројекту. Не читају зидне новине других због информација, већ се усредсређују на одлуке у вези са избором тема и слика – истражују улогу медија као „вратара“ (*gatekeeping*) и селектора тема.

Извештачи дају додатне информације о дискусијама у оквиру тимова, а ученици упоређују и анализирају стечено искуство.

Наставник уводи појмове – медији као „вратари“ (*gatekeepers*) и селектори тема – у кратком предавању. Ово је пример како се конструктивистичко учење обогаћује систематским подучавањем. Искуство ученика ствара контекст у коме наставниково подучавање нуди нови угао гледања и ученицима омогућава да своје искуство разумеју на напреднијем, апстрактнијем нивоу размишљања и разумевања.

Могућа су различита мишљења о проширивању овог пројекта и примени стечених знања. О њима се може дискутовати на крају часа.

Опис часа

Очекује се да су ученици прочитали зидне новине других ученика пре овог часа.

1. фаза: Ученици објашњавају и упоређују своје одлуке

Наизменично, сваки говорник извештава о одлукама које је донео његов тим и објашњава

разлоге за те одлуке. Уз помоћ белешки (≈ радни материјал за ученике 9.3), говорници се осврћу на следеће теме:

- избор уводника;
- које теме је тим разматрао и због чега су неке теме укључене, а друге изостављене;
- избор фотографија;
- остале теме и важна питања.

У излагањима је нагласак на одлукама које се тичу *gatekeeping-a* и селекције тема, а не на садржају самих новина. Оне су материјал на који се наставник усредсређује у свом кратком предавању, наглашавајући заједничко искуство тимова, додајући неке основне појмове медијске писмености. На тај начин конструктивистичко учење пружа контекст за пренос концептуалног знања кроз систематско, сажето подучавање.

2. фаза: Ученици анализирају састављање порука

Наставник тражи да ученици упореде разлоге због којих су њихови тимови донели одређене одлуке.

- Да ли можемо препознати неке преовлађујуће критеријуме, нпр. да ли је нешто вредно објављивања?
- У којој мери смо разматрали питање конкуренције – нпр. искористивши нешто што упада у очи?
- ...

Извештаји говорника и упоређивање избора може довести до критичке расправе.

Ученици могу расправљати о снажном утицају медија на врсту информација које примамо, или на оно што никада не сазнамо. Наставник је модератор дискусије.

Будући да ће ускоро узети реч, није потребно да коментарише изјаве ученика.

3. фаза: Предавање наставника

Корак 3.1 Основно предавање

Материјал за наставнике 9А

Као што је горе речено (види 1. фазу), наставник повезује ставове из овог кратког предавања са контекстом искуства и питањима која су ученици поставили. То захтева одређену флексибилност у представљању следећих кључних тврдњи:

1. Све медијске поруке су конструисане. Један од основних елемената конструкције порука је избор малог броја информација претворених у приче и изостављање много других информација. Ученици су истраживали овај вид конструкције порука када су уређивали своје зидне новине.

2. Бирајући и одбацујући информације, уредници вести и медијски продуценти имају улогу „вратара“ (*gatekeepers*) и селектора тема. Они снажно утичу на јавно мњење и политичко одлучивање, као и на начин на који учествујемо у демократији. У којој мери се тај утицај претвара у контролу зависи од тога да ли остварујемо своју улогу „вратара“ или не.

Ове две тврдње су тесно повезане са искуством ученика у овом малом пројекту. Наставник овде може закључити своје предавање јер оне пружају довољно материјала за размишљање, али може и додати још тема, у зависности од интересовања ученика и њихових питања. У том случају, временски оквир ће можда морати да се продужи.

Корак 3.2 Проширивање предавања

1. Са друге стране, као комерцијална предузећа, медији се међусобно такмиче да би привукли нашу пажњу. Медијски продуценти желе да удовоље интересовањима и очекивањима публике. Њихов комерцијални успех зависи од избора који направе корисници медија.
2. Наша перцепција света око нас зависи од медија. На овом часу, ученици се усредсређују на класични медиј, новине. Међутим, појавиле су се нове врсте медија које користимо у различите сврхе. Још увек имамо класичне масовне медије – часописи, новине, ТВ и радио – које углавном користимо као извор информација и забаве. Затим, постоје нови медији на интернету (интернет странице, електронска пошта, блогови, *Facebook* и сличне мреже, *Twitter*) и поруке са мобилног телефона. Користимо их у различите сврхе, али углавном за међусобну комуникацију и, као што ученици најбоље знају, млада генерација о њима зна више од својих родитеља и већине наставника.
3. Данас живимо у медијској култури. Друштво је мрежа интеракција између његових чланова. Друштвена интеракција је у великој мери комуникација. Комуникацију подстичу, каналишу и обликују медији, а медијске поруке не само да одражавају, већ и нарушавају стварност.

4. фаза: Дискусија као наставак и закључак наставне јединице

Ученици морају имати прилику да реагују на наставничково предавање.

Они могу постављати питања да би боље разумели или могу проблематизовати моћ масовних медија као „вратара“ (*gatekeepers*) и селектора тема.

Наставник на крају поставља питање да ли и како наставити овај пројекат, на пример дајући један од следећих предлога:

- Зидне новине се могу изложити у школи.
- Ученици могу позвати професионалног новинара да посети одељење. Могу му показати своје новине, тражити повратне информације и са њим разговарати о питању *gatekeeping-a*.
- Тим уредника може наставити пројекат вести у школи и да правити школске (зидне) новине.
- Ученици могу саставити извештај о медијима који најснажније обликују и утичу на јавно мњење.
- Ученици се могу задржати на једном од проблема о којима су извештавали и почети да делују. Могуће је повезивање са другим наставним јединицама овог приручника.

Материјал за наставнике 9А

Вештине и стратегије за образовање о медијима

написала Елизабет Томан

Од тренутка кад нас ујутру пробуди радио, па док не заспимо уз вечерњи ток-шоу, изложени смо стотинама, па и хиљадама слика и идеја не само са телевизије, већ и из новинских наслова, са страница часописа, из филмова, са интернет страница, фотографија, видео-игара и огласних паноа. Неки данашњу младу генерацију називају скринејџерима (*screenagers*).¹⁹

До недавно, мало људи се противило све већој доминацији медија у нашим животима. Они који су то чинили, обично би истицали питање садржаја, као што су секс и насиље на телевизији и у филмовима. Неки су се залагали за цензуру, док су други само саветовали породицама да искључе телевизор. Чињеница је, међутим, да иако ТВ можете искључити, од данашње медијске културе можете побећи само ако се попнете на врх неке планине. Медији не само да утичу на нашу културу. Они јесу наша култура.

Кључна улога медија у глобалној култури је разлог због кога медијска цензура никада неће бити могућа. Оно што је нужно, уместо тога, јесте поновно разматрање улоге медија у нашим животима – то разматрање мора узети у обзир помак са обрасца културе штампе на културу слике која се развија у последњих 150 година, од изума фотографије и могућности да издвојимо неки предмет или слику из неког конкретног времена или места који ће и даље остати стварни, видљиви и трајни.²⁰

Пет стотина година придавали смо важност способности читања како бисмо у потпуности могли учествовати у друштву као информисани грађани и образовани људи. Данас, породица, школа и све институције заједнице, укључујући и оне медицинске и здравствене, имају заједничку одговорност да младе људе припреме за живот у свету моћних слика, речи и звукова.²¹ Назовимо то „медијском писменошћу.“

Шта је медијска писменост?

Управо оно што нам говоре те две речи – способност тумачења и формирања личног мишљења из стотина, па чак и хиљада вербалних и визуелних симбола које свакодневно примамо са телевизије, радија, рачунара, из новина и часописа и, наравно, са реклама.

То је способност избора и селекције, способност оспоравања и способност да постанемо свесни оног што се око нас догађа, а не да будемо пасивни, па самим тим и и рањиви.

„Морамо припремити младе за живот у свету моћних слика, речи и звукова.“

УНЕСКО, 1982.

Истраживачи медија сада говоре да су телевизија и масовни медији данас толико укореењени у наш културни миље да задатак образовања о медијима више не би требало да посматрамо као пружање „заштите“ од нежељених порука. Наш циљ мора бити да помогнемо људима да постану компетентни, критични и писмени када је реч о свим облицима медија како би могли контролисати интерпретацију оног што виде и чују, а не допустити да интерпретација контролише њих. Лен Мастерман, аутор књиге *Teaching the Media*, то назива „критичком аутономијом.“²²

Друге дефиниције наглашавају да медијска писменост није у толикој мери коначна целина знања, колико је то вештина, процес, начин размишљања који се, као и способност разумевања приликом читања, непрестано развија. Бити медијски писмен не значи памтити чињенице или статистику везану за медије, већ то значи постављати права питања о ономе што гледате,

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

²⁰ Из дела Стјуарта Јуена (Stewart Ewen) (1988). Посебно из: *All Consuming Images: The Politics of Style in Contemporary Culture*.

²¹ UNESCO (1982). *International Symposium on Education of the Public in the Use of Mass Media*. Grunwald. Final report.

²² Masterman, Len (1992). *Teaching the Media*. Chapter 2.

читате или слушате.²³ У средишту медијске писмености је начело постављања питања.

Научити шта треба да тражимо

Шта деца (и одрасли такође) треба да знају о медијима? Током протеклих година, стручњаци за медијско образовање су препознали пет идеја које би свако требало да има на уму када је реч о медијским порукама, без обзира да ли оне стижу до нас у виду ТВ серије, компјутерске игре, музичког видеа, рекламе у часопису или филма у биоскопу.²⁴

1. Све медијске поруке су „конструисане”

Без обзира да ли гледамо ноћне вести или пролазимо поред рекламног паноа на улици, медијску поруку коју примамо је неко написао (вероватно неколико људи), снимљене су фотографије, а све то је спојио креативни дизајнер. Међутим, то је више од физичког процеса. Оно што се заправо догађа јесте да нешто што је смислило или „конструисало“ само неколико људи, за нас остале постаје „чињенично стање“. Ми, као гледаоци, не видимо и не чујемо речи, слике или верзије које су одбачене. Оно што видимо, чујемо или прочитамо је само оно што је прихваћено.

Веома је важно помоћи људима да управљају својим животом у глобалном и технолошком друштву, а то ћемо успети ако им помогнемо да схвате како настају медијске поруке, шта је изостављено и како медији обликују оно што знамо и разумемо о свету у коме живимо.

2. Медијске поруке настају уз помоћ креативног језика који има сопствена правила

Сваки облик комуникације, без обзира да ли се ради о новинама, ТВ квизовима или филмовима страве и ужаса, има свој сопствени стваралачки језик: застрашујућа музика појачава осећај страха, камера која снима у крупном плану сугерише интимност, велики наслови сигнализирају важност. Разумевање граматике, синтаксе и система метафора медијског језика повећава наше уважавање и уживање у доживљају медија и помаже нам да будемо мање подложни манипулацији. Један од најбољих начина да научимо како се ствара неки медијски производ је да учинимо управо то – да снимимо свој лични видео, направимо интернет страницу нашег извиђачког друштва или покренемо рекламну кампању како бисмо децу упозорили на штетност дувана.

3. Различити људи различито доживљавају исте медијске поруке

Због разлике у годинама, васпитању и образовању, не постоји двоје људи који схватају неки филм на исти начин, или чују сасвим идентичну песму на радију. Чак ни родитељи и њихова деца не виде исти ТВ шоу! Ово схватање мења став према коме се ТВ гледаоци само пасивно излежавају пред телевизором. Можда тога нисмо ни свесни, али сви ми, чак и деца која су тек проходала, непрестано покушавамо да схватимо смисао оног што видимо, чујемо или читамо. Што више питања можемо поставити о оном што доживљавамо, то смо опрезнији када одлучујемо да ли да прихватимо или одбијемо неку поруку. Истраживања су показала да деца свих узраста временом могу научити вештине примерене њиховом узрасту, које су као нове наочаре којима могу „читати“ своју медијску културу.²⁵

4. Медији су пре свега бизнис чији је мотив профит

Новине своје странице прво попуњавају огласима; преостали простор је посвећен вестима. Такође, сви добро знамо да рекламе чине већи део телевизијског програма који гледамо. Многи

²³ Из пословне стратегије часописа *Media&Values* који је од 1977 до 1993. издавао *Center for Media Literacy*.

²⁴ Прилагођено из документа о медијском образовању Енглеске и Канаде. Прво издање у САД-у под насловом *Five Important Ideas to Teach Your Kids about TV*, Jay Davis *Media&Values* #52/53; јесен, 1990.

²⁵ Hobbs, Renee, *Tuning in to Media: Literacy for the Information Age*, 1995. видео, дистрибуција *Center for Media Literacy*.

не знају да оно што се заиста продаје преко телевизије нису само рекламирани производи који се продају гледаоцима, већ се и гледаоци продају оглашавачима!

Права сврха програма које гледамо на комерцијалној телевизији, без обзира да ли се ради о вестима или забави, није само омогућити забаву већ и створити публику (и довести је у рецептивно расположење), тако да мрежа или локална станица може спонзорима продати време за оглашавање њихових производа. Свака секунда се рачуна! Спонзори плаћају време на основу броја људи који ће, према предвиђањима ТВ станице, гледати телевизијски програм. Спонзори, поред тога, упућују своју поруку конкретној врсти гледалаца, на пример, женама од 20 до 35 година које троше новац на рекламиране производе, или деци од 2 до 7 година која утичу на родитеље да троше новац.

Можда то и није оно што желимо, али у ствари, већину медија су нам пружиле, како каже Џорџ Гербнер, приватне глобалне корпорације које нешто желе да продају, а не породица, црква, школа или чак сопствена земља која има нашта да саопшти.²⁶

5. Медији имају уграђене вредности и ставове

Медији, због тога што су конструисани, носе подтекст о томе ко и шта је важно, бар особи или особама које стварају одређену конструкцију. Осим тога, медији причају приче (чак и рекламе причају неку брзу и једноставну причу), а причама су потребни ликови, место догађаја, почетак, средина и крај. Избор годишта, пола или расе јунака, уз стил живота, ставове и приказано понашање, изабрано окружење (урбано? рурално? имућно? сиромашно?) и акције и реакције за време радње само су неки од начина „уграђивања“ одређених вредности у неки ТВ шоу, филм или рекламу.

Важно је да научимо како да „читамо“ различите врсте медијских порука како бисмо открили ставове који су у њих уграђени. Тек тада можемо одлучити да ли ћемо прихватити или одбацити све те поруке док свакодневно крчимо пут кроз окружење препуно разних медија.

Пет основних питања која можемо поставити о било којој медијској поруци

Научити шта питати

Из ових појмова произлази пет основних питања²⁷ која се могу поставити у вези са било којом медијском поруком. Обратите пажњу на то како свако од њих отвара нивое све дубљих питања:

1. Ко је аутор ове поруке и зашто је шаље?
2. Које технике су употребљене да би привукле моју пажњу?
3. Какви стилови живота, вредности и ставови су представљени у поруци?
4. Да ли други људи могу другачије разумети ову поруку?
5. Шта је из ове поруке изостављено?

Поступак испитивања се примењује на конкретан медијски „текст“ – препознатљив производ или публикацију, или неки њен део: једну епизоду *Моћних ренџера*, рекламу за *Пепси*, један број часописа *Seventeen*, билборд са рекламом за пиво, фотографију и чланак о пљачки банке на насловној страни неких новина, телевизијски пренос утакмице. (...)

Важна питања

Да бисмо били одрасли који добро функционишу у друштву препуном медија, морамо умети да разликујемо облике медија, да поставимо битна питања и познајемо основне, горе наведене појмове. Иако је већина одраслих на часовима књижевности научила да разликује песму од

²⁶ 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 Захваљујемо се Renée Hobbs за њен рад на формулисању ових битних питања кроз обуку и подучавање.

есеја, изненађује то што многи не схватају разлику између дневних новина и таблоида који се продају у супермаркетима.

Информације о домаћим и светским догађајима се све више преносе одмах, путем телевизије и интернета, тако да појединци морају научити како сами да потврде истинитост информација, како да провере изворе и упореде и супротставе различите верзије исте информације да би открили пристрасност или политички „спин“. (...)

Три корака до успеха: приказ ефикасног програма медијске писмености

“Медијска писменост” је појам који обухвата три међусобно повезана приступа који имају за циљ да свим грађанима, без обзира на године, пренесу потребна знања о медијима:

Први приступ је постати свестан важности уравнотежене „конзумације“ медија – помоћи деци и породицама да направе здрав избор и да успешно контролишу време проведено уз телевизију, гледање видеа, електронске игре, филмове и разне штампане медије.

Други приступ је подучавање посебних вештина критичког гледања – научити анализирати и постављати питања о ономе што гледамо на екрану, на који начин је конструисано и шта је можда изостављено. Вештине критичког гледања програма најбоље се уче на настави која се заснива на истраживању и интерактивним активностима у групама, као и креирању и производњи сопствених медијских порука.

Трећи приступ – друштвена, политичка и економска анализа - иде дубље од самог екрана (преко којег примамо медијске слике) са циљем подробнијег истраживања о томе ко производи медије које доживљавамо - и са којим циљем? Какав је утицај медија у нашој култури и како приступамо проблемима као што су медијско насиље, расни стереотипи и претерана потрошња (конзумеризам)?

Кроз истраживање, расправу и рад на пројектима, одрасли исто као и млади, посматрају како свако од нас (и сви ми заједно у друштву у којем живимо) схвата и тумачи своја медијска искуства и како масовни медији управљају нашом глобалном потрошачком економијом. Овај приступ такође може припремити терен за различите медијске тежње у смислу оспоравања или кориговања јавне политике или корпоративне праксе.

Иако се можда чини да телевизија и електронски медији нуде најувјерљивије разлоге за промовисање медијског образовања у савременом друштву, начела и пракса медијске писмености могу се применити подједнако на све медије, од телевизије до рекламних мајица, од паноа до интернета.

Скраћени текст

©2003 Center for Media Literacy

www.medialit.org/

За више модела медијског образовања посетите www.media-awareness.ca/