



კომუნიკაციების
კომისია

დეზინფორმაცია, როგორც გამოწვევა

კრიტიკული აზროვნების
განვითარება სკოლებში



ევროკავშირი
საქართველოსთვის
The European Union for Georgia

კომუნიკაციების კომისია, ევროკავშირის მხარდაჭერით დეზინფორმაციასთან ბრძოლის მიზნით ახორციელებს პროექტს - „დეზინფორმაცია, როგორც გამოწვევა - კრიტიკული აზროვნების განვითარება სკოლებში“.

პროექტის განხორციელებაში ევროკავშირთან ერთად აქტიურად არის ჩართული საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო. პროექტი მოიცავს ტრენინგებს, რომლის ფარგლებში, საქართველოს მასშტაბით 500-მდე პედაგოგს კრიტიკული და ლოგიკური აზროვნების უნარები განუვითარდება, რაც ციფრულ ეპოქაში თითოეული მოქალაქისთვის და განსაკუთრებით მასწავლებლებისთვის აუცილებელი უნარია. პროექტის ფარგლებში სერტიფიცირებული მასწავლებლები მიღებულ გამოცდილებას პრაქტიკაში გამოიყენებენ და ცოდნას მოსწავლეებს გადასცემენ.

პედაგოგები შემოქმედებითი და ინტერაქტიული საგანმანათლებლო მოდულით გადამზადდებიან, რომელიც სპეციალურად აღნიშნული პროექტისთვის მედიაწიგნიერების ექსპერტმა შექმნა. სატრენინგო მოდული აგებულია სწავლების აქტუალური და თანამედროვე მიდგომების გათვალისწინებით და მოიცავს ისეთ მნიშვნელოვან თემებს, როგორებიცაა, კრიტიკული აზროვნების განვითარება, დეზინფორმაციის იდენტიფიცირების გზები, ინფორმაციის ვალიდაციის მეთოდების შესწავლა და სხვა.

სასწავლო კურსი თეორიულთან ერთად პრაქტიკულ დავალებებსაც მოიცავს, პრაქტიკული სამუშაოს საუკეთესოდ შესრულებისთვის მასწავლებლებს კომუნიკაციების კომისია სერტიფიკატებთან ერთად, სპეციალურ პრიზებს გადასცემს.

ეს პუბლიკაცია/ინფორმაცია შექმნილია ევროკავშირის მხარდაჭერით. მის შინაარსზე სრულად პასუხისმგებელია კომუნიკაციების კომისია და შესაძლოა იგი არ გამოხატავდეს ევროკავშირის შეხედულებებს.

მედიაწიგნიერებისა და ინფორმაციული წიგნიერების განმარტება

- მედიაწიგნიერებასა და ინფორმაციულ წიგნიერებას ბევრი განმარტება აქვს და ამ ცნებების აღსანიშნავად ბევრი სხვადასხვა ტერმინი გამოიყენება. მიუხედავად იმისა, თუ რომელ ტერმინს ვიყენებთ, იქნება ეს მედიაწიგნიერება, ინფორმაციული წიგნიერება, ინტერნეტწიგნიერება თუ სხვა, მნიშვნელოვანია ის, რომ წიგნიერება გულისხმობს მედიითა და საინფორმაციო არხებით მიზნობრივ სარგებლობას.
- მედიის, საინფორმაციო არხებისა და ინტერნეტის საყოველთაო ხასიათი ქმნის შთაბეჭდილებასა და ბადებს განცდას იმისა, რომ ციფრულმა ეპოქამ ყველა ადამიანი მედიის მომხმარებლად აქცია და რომ ყველგან და ყველგან ციფრულ რეჟიმზეა გადასული, მათ შორის სკოლაშიც. თუმცა, რეალურად ეს ასე არ არის, განსაკუთრებით სკოლებში. სკოლა არის დაწესებულება, რომლის უმთავრეს ამოცანას წარმოადგენს მომავალი მოქალაქეების მომზადება, რათა მათ შემდგომ აღიქვან, კრიტიკულად გააანალიზონ და შექმნან ინფორმაცია. სწორედ სკოლებში იძენენ მომავალი ციფრული მოქალაქეები კრიტიკული აზროვნების უნარს, რომელიც მათ მომავალში საშუალებას მისცემს მონაწილეობა მიიღონ საზოგადოებაში მიმდინარე პროცესებში.
- მედიაწიგნიერება და ინფორმაციული წიგნიერება 21-ე საუკუნის ამბიციურ მიზანს წარმოადგენს იმ გამოწვევის გამო, რომელიც გულისხმობს ინდივიდუალური პირისთვის ხელმისაწვდომი, უკიდურესად ფართო სპექტრის მედიის კრიტიკულად შეფასებას, გაანალიზებასა და გამოყენებას. დღევანდელ მომხმარებლებს არა მხოლოდ ესაჭიროებათ მედიაწიგნიერება ტრადიციული მედიისა და გამოსახულებათა მიღმა არსებული გზავნილების გასაგებად, არამედ ახლა მათ მედიაწიგნიერება ესაჭიროებათ ხელმისაწვდომი აუარება ახალი ტექნოლოგიების ასათვისებლად და იმ აპლიკაციების დასაუფლებლად, რომლებიც ინფორმაციის გავრცელების სრულიად ახალ გზებს გვთავაზობს.
- მედიაწიგნიერებისა და ინფორმაციული წიგნიერების გარეშე, ამჟამად ხელმისაწვდომი უამრავი ტიპის მედიის არსებობის ფონზე, ჩვენი შვილები ვერ შეძლებენ იმოქმედონ ისე, როგორც მოქმედებენ პასუხისმგებლობით აღჭურვილი მოქალაქეები, როგორც ციფრული მოქალაქეები. თუმცა საკითხი, თუ ვინ ასწავლის ჩვენს შვილებს მედიაწიგნიერებას, ჯერ სრულყოფილად არ არის გადაწყვეტილი.
- ზოგადად, თუ სკოლა წარმოადგენს ადგილს, სადაც ბავშვები ეუფლებიან ისეთ უნარებს, როგორიცაა კრიტიკული აზროვნება, ანალიზი და მსჯელობა, რატომაც არ უნდა გახდეს მედიაწიგნიერება და ინფორმაციული წიგნიერება სასკოლო პროგრამების ქვაკუთხედი?
- მედიაწიგნიერება და ინფორმაციული წიგნიერება წარმოადგენს ცნებას, რომელიც მოიცავს სამ, ერთმანეთისგან მკაფიოდ გამიჯნულ განზომილებას: ინფორმაციული წიგნიერება, მედიაწიგნიერება და საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიებთან დაკავშირებული ციფრული წიგნიერება. როგორც იუნესკო აღნიშნავს, მედიაწიგნიერება და ინფორმაციული წიგნიერება აერთიანებს დაინტერესებულ მხარეებს, რომელთა შორისაც არიან ინდივიდუალური პირები, საზოგადოებები და სახელმწიფოები, რომლებსაც საკუთარი წვლილი შეაქვთ საინფორმაციო საზოგადოების ჩამოყალიბებასა და განვითარებაში.
- მედიაწიგნიერება და ინფორმაციული წიგნიერება, აგრეთვე წარმოადგენს ცნებებს, რომლებიც

მოიცავს იმ კომპეტენციების მთელს სპექტრს, რომელთა ეფექტური გამოყენებაც აუცილებელია მედიაწიგნიერებისა და ინფორმაციული წიგნიერების სხვადასხვა ასპექტების კრიტიკულად შეფასებისთვის.

რას ნიშნავს მედიაწიგნიერება და ინფორმაციული წიგნიერება ჩვენი შვილების თაობისათვის?

- დღევანდელი ბავშვებისა და ახალგაზრდების თაობა განსაკუთრებულ უნარს იჩენს გართობისა და რეკრეაციული მიზნებისათვის მედიის მოძიებისა და გამოყენების მიმართულებით. თუმცა, ასეთივე წარმატებით იყენებენ კი ისინი იმავე მედიას ისეთი მიზნებისთვის, როგორიცაა: საინტერესო კითხვაზე პასუხის მოძიება, მტკიცებულებებზე დაფუძნებული კვლევის წარმოება, დებატების წამოწყება ან ახალი ამბების მიღება?
- ბავშვებისა და ახალგაზრდებისათვის ხელმისაწვდომია ყველანაირი შინაარსის მასალა და შესაბამისად, აუცილებელია ისინი ფლობდნენ უნარს ერთმანეთისგან გაარჩიონ ღირებულების მქონე ინფორმაცია და ღირებულების არმქონე ინფორმაცია, ჭეშმარიტი ინფორმაცია და ყალბი და ცრუ ინფორმაცია. თუმცა, აღნიშნული უნარი არ გულისხმობს მხოლოდ ჭეშმარიტი ინფორმაციის ყალბი ინფორმაციისაგან გარჩევას, არამედ გულისხმობს ინფორმაციის დამუშავებისა და ინტერპრეტირების უნარს.

როგორ მუშაობს მედიაწიგნიერება და ინფორმაციული წიგნიერება?

- მედიაწიგნიერება და ინფორმაციული წიგნიერება წარმოადგენს მედიისა და ჩვენს საზოგადოებაში მისი როლის გაცნობიერების ძირითად საშუალებას. მედიაწიგნიერება და ინფორმაციული წიგნიერება, ასევე, ხელს უწყობს იმ უნარების განვითარებას, რომლებიც საჭიროა კრიტიკული აზროვნებისათვის, ანალიზის, თვითგამოხატვისა და შემოქმედებითობისთვის, ანუ იმ უნარების განვითარებას, რომლებიც მოქალაქეებს ესაჭიროებათ დემოკრატიულ საზოგადოებაში მონაწილეობისათვის.
- მედია და ინფორმაცია მოქალაქეებისათვის ხელმისაწვდომია ბევრი განსხვავებული ფორმატით, დაწყებული ბეჭდური მედიითა და რადიომაუწყებლობით და დამთავრებული ვიდეოებითა და ინტერნეტით. მათ შეუძლიათ ამ მათთვის ხელმისაწვდომი მედიისა და ინფორმაციის ანალიზი, მოხმარება და მათი საშუალებით კონტენტის შექმნა. საძიებო სისტემის სწორად გამოყენების სწავლა ციფრული მოქალაქისთვის მნიშვნელოვანია და ინფორმაციის მიღებისთანავე საჭიროა ისეთი გამჭოლი უნარების გამოყენება, როგორიცაა კრიტიკული აზროვნების გამოყენება ინტერნეტის საშუალებით განსხვავებული წყაროების ძებნისა და მათი შედარების დროს. უნარი, რომელიც გულისხმობს ინფორმაციის კრიტიკულ ანალიზს, დახარისხებასა და საჭირო ინფორმაციის გამოყოფას, ეხმარება ციფრულ მოქალაქეებს უამრავ თემასთან დაკავშირებული ცოდნის შეძენაში.
- კრიტიკული აზროვნება ფასდაუდებელი უნარია მოქალაქეებისა და განსაკუთრებით, ახალგაზრდა მოქალაქეებისათვის, რომლებსაც უწევთ პრობლემების პირისპირ დგომა და მათი გადაჭრა, ინფორმაციის მოძიება, აზრისა და მოსაზრების ჩამოყალიბება, ინფორმაციის წყაროების შეფასება და სხვა. ინტერნეტისივრცეში ხელმისაწვდომი უამრავი ჭეშმარიტი თუ მცდარი ინფორმაციის არსებობის გამო, მედიაწიგნიერება და ინფორმაციული წიგნიერება უმნიშვნელოვანეს უნარს წარმოადგენს.

- გზავნილების გავრცელება უკიდურესად ხდება და ამას საათზე ცოტა დრო სჭირდება, ამასთან, მცდარი ინფორმაციის გამეორება წარმოებს მანამ, სანამ ადამიანები არ ირწმუნებენ, რომ ეს ინფორმაცია ჭეშმარიტია. ინფორმაციის გავრცელების სიჩქარის გათვალისწინებით, ის ადამიანები, რომლებიც მედიაწიგნიერებასთან და ინფორმაციულ წიგნიერებასთან დაკავშირებულ ადეკვატურ უნარებს ფლობენ, უკეთ შეძლებენ ჭეშმარიტი ინფორმაციის ამოცნობას და ძალუძთ ინფორმაციის მიღების პარალელურად დასვან კიხვები და მოიძიონ მათზე პასუხები.
- სამიეზო სისტემებმა რადიკალურად შეცვალა ინტერნეტის საშუალებით, ინფორმაციის მოძიების გზა და ციფრული უნარ-ჩვევები ასევე, უნდა მოიცავდეს იმის გაგების უნარს, რომ ალგორითმები ყოველთვის არ არის ნეიტრალური. სამიეზო სისტემები შესაძლებელია გამოიყენონ პოლიტიკური და სხვა ტიპის მანიპულირების საშუალებად და ამის მაგალითები უკვე გვაქვს. შესაბამისად, მომხმარებლები კარგად უნდა აცნობიერებდნენ მსგავს შემთხვევებთან დაკავშირებულ როგორც უმნიშვნელო, ასევე სავალალო და კატასტროფულ შედეგებს. რაც შეეხება ინფორმაციასა და განსაკუთრებით მსოფლიო ამბებს, ამ შემთხვევაში დიდი მნიშვნელობა ენიჭება მრავალფეროვნებას. საჭიროა ალგორითმების იმგვარად ფორმირება, რომ ყოველთვის იყოს შესაძლებელი ერთი და იგივე მოვლენის შესახებ სხვადასხვა მოსაზრებისა თუ ხედვის შესწავლა.
- და ბოლოს, ბავშვები და არა მარტო ბავშვები, არამედ ნებისმიერი მოქალაქე, შესაძლებელია შეცდომით მიიჩნეოდეს, რომ თუ კონკრეტული მოვლენის შესახებ არსებობს ყალბი ინფორმაცია, მაშინ აუცილებლად უნდა იყოს ჭეშმარიტი ინფორმაცია. ახალი ამბებიც კი, რომლებიც ფაქტობრივად, რეალობას ასახავს, კონკრეტულ ფილტრს გადის სანამ საბოლოო მომხმარებელამდე მიაღწევს, რომლის სადავებებიც რედაქტორის ხელშია, რომელიც ირჩევს ერთ მოვლენას მთელს მსოფლიოში მიმდინარე აურაცხელ მოვლენებს შორის. ვინაიდან მედიასაშუალებების ამოცანას მაყურებლის მოზიდვა წარმოადგენს, ისინი ცდილობენ ახალი ამბები იყოს „მიმზიდველი“, სენსაციური და მარტივი, რაც თანდათანობით ინფორმაციის თავშესაქცევად გარდაქმნას ემსახურება. ნაცვლად იმისა, რომ გააშუქონ სოლიდარობისა და მეგობრობის ამბები, რომელიც მაყურებელში სასიამოვნო განცდებს აღძრავს, ისინი ირჩევენ გააშუქონ გამანადგურებელი კატასტროფები, სიკვდილისა და ძალადობის შემთხვევები. კითხვები, რომლებიც უნდა დაისვას გარდა იმისა, რომ საჭიროა გადამოწმეს ფაქტობრივი სიზუსტე, მოიცავს შემდეგს: რატომ არის მედია ორიენტირებული კატასტროფების გაშუქებაზე? რაიმე სარგებელს ხომ არ ნახულობს ვინმე იმით, რომ ხალხი მუდმივი შიშის ქვეშ იმყოფება? როგორ ზემოქმედებს ეს პოლიტიკურ მოსაზრებებზე? რა იდეოლოგიური გზავნილი შეიძლება იმალებოდეს ფაქტობრივად სწორი ახალი ამბის ან ამგვარ ამბავზე აგებული სტატიის მიღმა?

საკლასო სამუშაოსთან დაკავშირებული იდეები და მოსაზრებები

- მედიაწიგნიერებისა და ინფორმაციული წიგნიერების ხუთი კანონი შთაგონებულია საბიბლიოთეკო მეცნიერების ხუთი კანონით, რომელიც ს.რ. რანგანათანმა შემოგვთავაზა 1931 წელს. იუნესკო მიიჩნევს, რომ მედიაწიგნიერება და ინფორმაციული წიგნიერება ადამიანის უფლებებთან არის კავშირში, ხოლო მისი ხუთი კანონი წარმოადგენს მედიის, ინფორმაციისა და ზოგადად, ცოდნის სახელმძღვანელოს.
- სთხოვეთ მოსწავლეებს შეისწავლონ ხუთი კანონიდან თითოეული და ონლაინ სივრცეში საკუთარ მოღვაწეობასა და მათთვის მიწოდებული 5 კანონის შესახებ, დაწერონ მცირე მოცულობის ესეები. საჭირო რესურსები შეგიძლიათ იხილოთ შემდეგ ვებგვერდზე: <http://bit.ly/2wnA5IV>.
- ასევე შეგიძლიათ შესთავაზოთ მოსწავლეებს ხუთი კანონის ვიზუალური გამოსახულება და სთხოვეთ მათ იმსჯელონ როგორ ხდება ამ კანონების დაცვა მათ მიერ და მათ საზოგადოებაში. საჭირო რესურსები შეგიძლიათ იხილოთ შემდეგ ვებგვერდზე: <http://bit.ly/2wsVjoT>.
- ონლაინსაზოგადოებები და კამპანიები - შესთავაზეთ თქვენს მოსწავლეებს კვლევით პროექტში მონაწილეობა, რომლის ფარგლებშიც მათ შესაძლებლობა ექნებათ გამოიყენონ ციფრული მედია და ჩაერთონ ადგილობრივი საზოგადოებისთვის აქტუალური საკითხის ან სახელმწიფო პოლიტიკასთან დაკავშირებული საკითხის შესწავლა-განხილვაში. ამგვარი პროექტის საბოლოო მიზანი შეიძლება იყოს კამპანიის წარმოება, რომელიც ემსახურება ონლაინსაზოგადოებაზე ზემოქმედებას. მოსწავლეები საჭიროებენ წახალისებასა და ხელშეწყობას, რათა მათ შეძლონ საკითხების ინტერპრეტაცია, აზრის ჩამოყალიბება და ციფრული მედიის საშუალებით საკუთარი შეხედულების გამოხატვა.
- წვდომა, ძიება და კრიტიკული შეფასება - შესთავაზეთ მოსწავლეებს შეარჩიონ აქტუალური საკითხი ან თემა და აწარმოონ წინასწარი კვლევა. შესთავაზეთ მათ შეისწავლონ სხვადასხვა წყარო-, გამოიყენონ სხვადასხვა ონლაინ საძიებო სისტემა და შემდეგ ინფორმაცია გადაამოწმონ ბეჭდურ რესურსებში. მიეცით მოსწავლეებს საშუალება შეადარონ ერთმანეთს სხვადასხვა წყაროდან მიღებული ინფორმაცია და აღმოაჩინონ განსხვავებები.
- სოციალური მედია და რეალობასთან შესაბამისობა – შესთავაზეთ მოსწავლეებს სოციალურ მედიაში მათი საყვარელი სპორტსმენების, მსახიობებისა თუ მუსიკოსების პროფილების დათვალიერება. სთხოვეთ მათ კრიტიკულად შეაფასონ ამ პროფილებზე არსებული ინფორმაცია და გაარკვიონ მათ მიერ მოპოვებული ინფორმაცია სიმართლეს შეესაბამება, ყალბია თუ მარკეტინგული მიზნით გაზვიადებული. სთხოვეთ მოსწავლეებს შეადგინონ სამპუნქტიანი საკონტროლო კითხვარი, რომლის მიხედვითაც შეძლებენ განსაზღვრონ მათ მიერ მოპოვებული ინფორმაცია რეალობას შეესაბამება, ყალბია თუ ზედმეტად გაზვიადებული.
- შეძლებენ თუ არა მოსწავლეები ერთი კვირა გაძლონ მობილური ტელეფონების გარეშე? - სთხოვეთ მოსწავლეებს წარმოიდგინონ როგორ შეძლებენ მათ გარეშე არსებული სამყაროს კრიტიკულად შეფასებას, თუ მათ არ ექნებათ წვდომა მედიაზე. დაიწყებენ თუ არა ისინი ინფორმაციის სხვა წყაროების კვლევას, თუ მათთვის ინფორმაცია არ იქნება ხელმისაწვდომი ონლაინ რეჟიმში? გამოიწვევს თუ არა ციფრულ მედიასთან კავშირის გაწყვეტა მათ ჩამოშორებას მიმდინარე მოვლენებიდან?
- რასიზმი და ნაციონალიზმი – მოსწავლეებს დაურიგეთ სტატიის ორი ვერსია, რომელთაგანაც თითოეული ერთი და იგივე ძალადობის ფაქტს ასახავს. აქედან ერთ-ერთი ვერსია

შესაძლებელია იყოს სტატიის ორიგინალი, რომელშიც, როგორც წესი, ნახსენებია მოძალადეთა ეროვნება ან ეთნიკური წარმომავლობა, ხოლო მეორე ვერსიაში ყურადღება გამახვილებული უნდა იყოს მსხვერპლის მახასიათებლებზე, როგორიცაა მისი წარმოშობა და ა.შ. საშუალება მიეცით მოსწავლეებს იმსჯელონ იმაზე, მოძალადის ეროვნებასა და ეთნიკურ წარმომავლობაზე უნდა იყოს თუ არა ყურადღება გამახვილებული და რა შედეგები შეიძლება მოჰყვეს საზოგადოებაში მოძალადის ამგვარ იდენტიფიცირებას. მას შემდეგ, რაც მოსწავლეები დაასრულებენ აღნიშნულ საკითხზე მსჯელობას, დაურიგეთ მათ მკვლევარების, მაგალითად, მარტინ დელის მიერ გაკეთებული დასკვნების მოკლე მიმოხილვა, რომელიც, კონკრეტული კვლევის საფუძველზე ამტკიცებს იმ მნიშვნელოვან კავშირს, რომელიც არსებობს ძალადობასა და სოციალურ უთანასწორობას შორის და არგუმენტირებულად ასაბუთებს, რომ სოციალური უთანასწორობა ძალადობის გაცილებით უფრო ძლიერ განმაპირობებელ ფაქტორს წარმოადგენს, ვიდრე ეთნიკური წარმომავლობა და ეროვნება (www.martindaly.ca/killing-the-competition.html).

საუკეთესო პრაქტიკის მაგალითები

- მედიაწიგნიერებისა და ინფორმაციული წიგნიერების კავშირი ციფრულ მოქალაქეობასთან – საჭიროა ჯანსაღი სკეპტიციზმის შენარჩუნება იმ მასალის მიმართ, რომელიც ონლაინ რეჟიმში მოგვეწოდება და ასევე, მასალის კრიტიკულად შეფასებისთვის მზადყოფნა. საჭიროა რეგულარულად ვეძიოთ განსხვავებული მოსაზრებები და ინფორმაცია, რათა არ ვიქცეთ ცრუ ინფორმაციისა და ცრუ ბრალდებების გამავრცელებლად.
- მედიაწიგნიერების ცენტრი გვთავაზობს პრაქტიკულ რესურსებს, რომლებიც სკოლებს ეხმარება მედიაწიგნიერების შესახებ საკლასო აქტივობების შემუშავებაში, ორგანიზებასა და წარმართვაში (www.medialit.org/cml-medialit-kit). შესთავაზეთ მოსწავლეებს გამოიყენონ შემდეგი კითხვები ონლაინრეჟიმში მათთვის მიწოდებული კონკრეტული სტატიებისა თუ გზავნილების ანალიზისას, რათა მედიაწიგნიერება და ინფორმაციული წიგნიერება ჩართონ თავიანთ ყოველდღიურ ცხოვრებაში:
 - ▷ ვინ არის გზავნილის ავტორი?
 - ▷ რა მეთოდს იყენებს ავტორი ჩემი ყურადღების მისაპყრობად?
 - ▷ რომელი ცხოვრების სტილი, ღირებულებები და შეხედულებებია წარმოჩენილი გზავნილში და რომელი არა?
 - ▷ რას ემსახურება ამ გზავნილის გავრცელება?
 - ▷ როგორ შეიძლება სხვა ადამიანებმა ჩემგან განსხვავებულად აღიქვან ეს გზავნილი?

მედიაწიგნიერებისა და ინფორმაციული წიგნიერების სასწავლო პროგრამა მასწავლებლებისათვის – იუნესკომ შეიმუშავა მედიაწიგნიერებისა და ინფორმაციული წიგნიერების სახელმძღვანელო მასწავლებლებისათვის, რომელიც განკუთვნილია ინსტრუმენტის ფორმით გამოსაყენებლად და ემსახურება ნებისმიერი პედაგოგისა და მასწავლებლის აღჭურვას იმ ძირითადი კომპეტენციებით (ცოდნა, უნარები და დამოკიდებულებები), რომლებიც უკავშირდება მედიაწიგნიერებასა და ინფორმაციულ წიგნიერებას. მასში ყურადღება გამახვილებულია იმ პედაგოგიურ მიდგომებზე, რომლებიც საშუალებას აძლევს მასწავლებლებს საკუთარ სწავლების პრაქტიკაში ჩართონ მედიაწიგნიერება და ინფორმაციული წიგნიერება (<http://bit.ly/2NaEW7i>).

ამონარიდი წიგნიდან The Teacher's Guide to Media Literacy – Critical Thinking in a Multimedia World

ავტორები: Cynthia L. Schreibe, Faith Rowley

ზოგადი მიდგომები მედიაწიგნიერების სწავლების შესახებ მთლიანი სასწავლო გეგმის მიხედვით

მედიაწიგნიერების, როგორც წიგნიერების, განხილვა აადვილებს მის აღქმას იმ ყველაფრის ნაწილად, რასაც ჩვენ, როგორც პედაგოგები, ვაკეთებთ, რათა ვიპოვოთ სხვადასხვა გზა ჩავრთოთ მედიაწიგნიერება ჩვენს ყოველდღიურ სწავლებაში. მიუხედავად ამისა, როდესაც ვვარაუდობთ, რომ კონფერენციებსა და სკოლებში, მედიაწიგნიერება შეიძლება იყოს ინტეგრირებული სასწავლო გეგმის ნებისმიერ სფეროში და ყველა კლასის დონეზე პასუხად სკეპტიკურ დამოკიდებულებას ვიღებთ.

მოცემულ თავში ჩვენ გთავაზობთ ზოგად და შინაარსობრივ-სპეციფიკურ შეხედულებებს მედიაწიგნიერების სწავლებაში ინტეგრირებისთვის. ბევრი სტრატეგია მცირედი შესწორებებით, მოცემულია უკვე არსებულ პრაქტიკაში და უმეტესობა შეიძლება ადაპტირებული იყოს სხვადასხვა კლასის დონეზე.

პროცესის დაწყებამდე შეგახსენებთ: მოსწავლეებთან არაბეჭდური მედიის ან ახალი ტექნოლოგიების გამოყენება არ ნიშნავს იმას, რომ თქვენ მედიაწიგნიერებას ასწავლით. იგივე თვალსაზრისი ვრცელდება მაშინაც, როდესაც მოსწავლეებს ასწავლით მედია ტექნოლოგიების გამოყენებას საკუთარი შეტყობინებებისთვის. მედიაწიგნიერების საქმიანობა ტექნოლოგიის ან პოპ კულტურის ზოგადი ინტეგრაციისგან გამოირჩევა კვლევისა და მოსწავლის რეფლექსიის ხაზგასმით. ჩვენი მედიაწიგნიერებისადმი მიდგომის აქტივობები იწყება სასწავლო გეგმის მიზნებით და მოსწავლეთა საჭიროებებით.

მედიაწიგნიერების ინტეგრირების ზოგადი გზები

ჩვენ დავიწყებთ რამდენიმე შესწორებით, რაც შეიძლება ადაპტირებული იყოს მრავალი სასწავლო გეგმისა და კლასის დონეზე.

- შეცვალეთ ზოგადი სავარჯიშოები ან კითხვები მედიასთან დაკავშირებული მაგალითებით. მათემატიკის პედაგოგმა, რომელიც ანგარიშობს ათწილადებით, შეიძლება შეცვალოს მაგალითში არსებული სიტყვის პრობლემა მედიასთან დაკავშირებული პრობლემით და შემდეგ წამოიწყოს მოკლე დისკუსია ამ პრობლემის შესახებ წამოჭრილ საკითხებზე (მაგ., გაზიანი სასმელის მწარმოებელმა კომპანიამ გადაიხდა 500,000 დოლარი 30 წამიანი სატელევიზიო რეკლამის წარმოებისთვის და 2,5 მილიონი დოლარი, რათა რეკლამა სუპერ თასის მსვლელობისას გასულიყო ეთერში. თუ გაზიანი სასმელის ქილის ფასი საშუალოდ 50 ცენტია, რამდენი ქილა უნდა გაყიდოს კომპანიამ, სანამ რეკლამის საფასურს გადაიხდის?) ან დაწყებითი კლასების პედაგოგმა, როდესაც მოსწავლეები ზედსართავი სახელის შესახებ მასალას გადიან შეიძლება წინადადებების სტანდარტული სამუშაო ფურცელი ჩანაცვლდეს გაყიდვების სკრიპტებით მოსწავლეები შემოხაზავენ ზედსართავ სახელებს, განიხილავენ თითოეული მათგანის განმარტებას და შემდეგ წაიკითხავენ სკრიპტს, რომელშიც ზედსართავი სახელები შეცვლილია ან ამოღებული, ახდენენ ორ ვერსიაში ასახული პროდუქტის შესახებ

განსხვავებული შთაბეჭდილებების შედარებას.

- გამოავლინეთ „სწავლების მომენტები“, რომლებიც ხდება მაშინ, როდესაც მოსწავლეები აღწერენ მედიას, რომელზეც იმუშავეს. იმის ნაცვლად, რომ მოსწავლეებმა უარი თქვან ან თავი აარიდონ საუბრებს ფილმებსა და სატელევიზიო შოუებზე, რომლებიც ნანახი აქვთ, მაგალითად გამოიყენეთ ეს, როგორც შესაძლებლობა გაეცნოთ, თუ რა მედია საშუალებებს იყენებენ თქვენი მოსწავლეები და გაზარდოთ მათი ცოდნა მედიის არჩევანის შესახებ. განსჯის გარეშე, დაავალეთ დასვან ისეთი შეკითხვები, რომლებიც დაეხმარება მოსწავლეებს კრიტიკულად იფიქრონ თავიანთი მედიაგამოცდილების შესახებ.
- ინფორმაციის წყაროებად, ბეჭდურმედიასთან ერთად, გამოიყენეთ არაბეჭდური მედიაც. როდესაც იყენებთ ვიდეო, აუდიო ან ციფრულ პროგრამებს, იზრუნეთ იმის დემონსტრირებაზე, რომ ეს მედია, გარდა გასართობისა, შეიძლება იყოს მნიშვნელოვანი წყარო აქტიური სწავლისა და მოსმენისთვის.ძ.პ.2.5

მოსწავლეებს მოეთხოვებათ გააკეთონ ჩანაწერები ან/და იყვნენ მზად შინაარსის განსახილველად.

დაეხმარეთ მოსწავლეებს ყურადღება გაამახვილონ იმაზე, რაც გინდათ, რომ ისწავლონ, კონკრეტული მედიის საშუალებით წინასწარ გააცანით გაკვეთილის მიზანი. ამის გაკეთება განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია იმ მედია საშუალების დახმარებით, რომელსაც მოსწავლეები იყენებენ გასართობად, რადგან ის მიმართულება, რა მიმართულებასაც მოსწავლე ირჩევს ყურადღების კონცენტრირებისთვის, გავლენას ახდენს იმაზე, რასაც ისინი სწავლობენ და იმახსოვრებენ. ხალხი გასართობსაშუალებებს უფრო ხშირად ტვინის მოსადუნებლად იყენებს, ვიდრე სწავლის რეჟიმში მომართვისთვის.² სწორი ტიპის მოთხოვნებს შეუძლია მოსწავლის ყურადღება მიმართოს კონკრეტულ მასალაზე და განავითაროს აქტიური ჩართულობა.

გამოიყენეთ მოკლე სეგმენტები სრულმეტრაჟიანი ვიდეო ან აუდიო მასალებიდან, ფოკუსირება მოახდინეთ მხოლოდ იმ მნიშვნელოვან ნაწილებზე, რომლებიც საუკეთესოდ ასახავს ან აძლიერებს თქვენი გაკვეთილის მიზნებს. გრძელი ნაწყვეტები ხშირად დააპაუზეთ კითხვების განსახილველად და დასასმელად ისევე, როგორც წიგნების თითოეული თავის განხილვისას აკეთებთ.

როდესაც კლასში მედიის პროექტის განხორციელებას აპირებთ, სინათლე ანთებული დატოვეთ, რადგან ბნელი საკლასო ოთახი ძილს მოგვრის მოსწავლეებს დაჩანაწერების გაკეთებასაც ართულებს.

მოერიდეთ ეკრანული მედიის ჯილდოს სახით გამოყენებას. ეს არა მხოლოდ აძლიერებს მოსაზრებას, რომ ნაბეჭდი ტექსტები უფრო სერიოზულია, ვიდრე სხვა ტიპის მედიასაშუალებები, ასევე ეკრანულ მედიას ეძლევა „დესერტის“ მსგავსი დანიშნულება, რომელსაც გემრიელდ მიირთმევ „ბოსტნეულის“ ანუ დაბეჭდილი ტექსტების შემდეგ. ჩვენ გვინდა, რომ მოსწავლეებმა აღიქვან ყველა სახის მედია, როგორც ინფორმაციისა და გამჭრიახობის ღირებული წყარო. ასწავლეთ მოსწავლეებს, როგორ უნდა დაიმოწმონ სწორად არანაბეჭდი წყაროები.

- დაავალეთ მოსწავლეებს გამოიყენონ საკვანძო შეკითხვები თავიანთ ნაწერებში და სხვა შემოქმედებით პროექტებში. სთხოვეთ მოსწავლეებს რეფლექსია მოახდინონ (როგორც საკლასო დისკუსიებში, ასევე წერილობით ნამუშევრებში) საკუთარ შემოქმედებით, ინფორმაციულ და წერილობით დავალებებზე, ასევე პროექტებზე, რომლებიც მოიცავს სხვა სახის კომუნიკაციის ფორმებს (მაგ.: პლაკატები, დიორამები, ვიდეოები, PowerPoint ან Prezi პრეზენტაციები) და მედიას, რომელსაც ისინი ქმნიან კლასის გარეთ (მაგ.: მყისიერი შეტყობინებები ან სოციალური ქსელის გვერდები).

- ჩართეთ მედიაწიგნიერება ახალი თემის შესწავლაში, „იცოდე რას სწავლობ“ მიდგომას დაემატება მედიაწიგნიერების კითხვები.

შეკითხვის შემდეგ: „რა იცით ამ თემის შესახებ?“ დასვით შემდეგი შეკითხვები – „საიდან მიიღეთ ინფორმაცია ან იდეები? რა იყო თქვენი წყარო?“ წახალისეთ რეფლექსია პასუხების მისაღებად. აუცილებლად გაითვალისწინეთ, როდესაც პასუხებში ნახსენები იქნება მედია, იმსჯელეთ პოპულარული მედიის როლზე, ჩვენს რწმენაზე გავლენის მოხდენაზე ან იმაზე, რაზეც ჩვენ ვფიქრობთ, რომ ვიცით.

კითხვის შემდეგ, „რა გვინდა ვიცოდეთ ამ თემის შესახებ?“ იკითხეთ - „სად შეიძლება ვიპოვოთ სანდო ინფორმაცია ამ თემის შესახებ, რომ შევძლოთ ჩვენს კითხვებზე პასუხის გაცემა?“

შეისწავლეთ სხვადასხვა ტიპის წყაროები და განიხილეთ თითოეული მათგანის სწავლის უპირატესობები: როდის შეიძლება ადამიანი იყოს უფრო სარგებლის მომტანი, ვიდრე მედია წყარო; აუდიოვიზუალური ან ვებ რესურსი იყოს უკეთესი არჩევანი, ვიდრე გამოქვეყნებული ტექსტური რესურსი (მაგ.: ვალუტის, ვიზუალური მახასიათებლების მნიშვნელობის ან მოქმედების ილუსტრაციის შესაძლებლობის გამო)?

შეიმუშავეთ მოსწავლეებთან საინფორმაციო გეგმა იმის შესახებ, თუ სად და როგორ შეიძლება იპოვოს კლასმა საუკეთესო წყაროები შესწავლისთვის.

კითხვის, „რა ვისწავლეთ ამ თემის შესახებ?“ შემდეგ იკითხეთ - „რომელი წყაროები იყო ყველაზე სასარგებლო და სანდო ამ თემასთან დაკავშირებით?“

- დაეხმარეთ მოსწავლეებს, ან მთლიანად კლასს შექმნან „მედიაწიგნიერების ინსტრუმენტები“. ეს მოიცავს სტრუქტურას, ტერმინებს, კონცეფციებსა და რესურსებს, რაც მათ დაეხმარება მედიის შეტყობინებების გამოკვლევის პროცესში, რაშიც, სავარაუდოდ, შესული იქნება საკვანძო კითხვების ცხრილი (როგორც ანალიზის, ასევე წარმოებისათვის), ისევე როგორც სტრუქტურები, როგორიცაა ძირითადი კონცეფციები მედიის შეტყობინებების შესახებ (იხ. თავი 1), ყველაფერი ეს ხელმისაწვდომია წიგნის ვებ-გვერდზე. ასევე, მოიცავს რუბრიკებს ინფორმაციის სანდოობის განსასაზღვრად სხვადასხვა სახის მედიასაშუალებაში (მათ შორის ვებ-გვერდებზე), ტერმინებსა და ცნებებზე, რომლებიც ნასწავლია მედიაწიგნიერების გაკვეთილების ფარგლებში და რესურსებში, როგორიცაა <http://snopes.com>. ეს „ინსტრუმენტების ნაკრები“ შეიძლება იყოს ფიზიკური (მაგალითად, ნოუტბუქი, რომელშიც მოსწავლეები ინახავენ შესაბამის მასალას ან საკვანძო კითხვების სქემას კედელზე) ან კონცეპტუალური. პედაგოგებმა შეიძლება, ასევე, შეიტანონ „ინსტრუმენტების ნაკრების“ იდეა, როგორც შეფასებისა და დავალებების ნაწილი (მაგ.: გამოიყენეთ მედიაწიგნიერების მინიმუმ სამი ცნება ან შეკითხვები თქვენს „ინსტრუმენტების ნაკრებში“, შეაფასეთ არგუმენტები პრეზიდენტის გამოსვლაში ბირთვული ენერგიის შესახებ).

- იმსჯელეთ სხვადასხვა კომუნიკაციის ფორმატის, რომლებსაც მოსწავლეები იყენებენ თავიანთი ნამუშევრების წარმოსადგენად, უპირატესობებსა და ნაკლოვანებებზე.. როდის იქნებოდა ვიდეო ან PowerPoint საუკეთესო გამოსავალი ინფორმაციის გადმოსაცემად და როდის იქნებოდა წერილობითი ნაშრომის ფორმა უკეთესი არჩევანი? როდის იქნება მნიშვნელოვანი ვიზუალური ელემენტების ჩართვა და როდის არა? როდის ექნება პირადად (პირისპირ) ჩატარებულ პრეზენტაციას უპირატესობა, ვიდრე იმას, რომელიც ძირითადად, მედიის საშუალებით გადაიცემა? როდის არის ეფექტური „ტექსტური საუბარი“ და როდის შეუსაბამო?

რა გავლენას ახდენს დამსწრეთა რაოდენობა, პრეზენტაციის შინაარსი და მკაფიო ციტატების წარდგენის აუცილებლობა ამ გადაწყვეტილებებზე?

- კლასი ჯგუფურად აკრიტიკებს ვიზუალური პრეზენტაციების მაგალითებს საკუთარის შექმნისთვის მზადებაში. გამოიყენეთ მოსწავლეების ძველი ნამუშევარი (სადაც წაშლილი იქნება ნებისმიერი სახელი ან საიდენტიფიკაციო ინფორმაცია) სასწავლო პროგრამასთან დაკავშირებულ თემაზე ან მაგალითები წიგნის ვებ-გვერდიდან, მოახდინეთ მათი დეკონსტრუქცია და შეაფასეთ შეტყობინების შემქმნელის მიერ გაკეთებული წარმოების არჩევანი. რამდენად კარგად მუშაობდა ფერის და შრიფტის არჩევანი? იყო ტექსტი გასაგები და ადვილად გარჩევადი? იყო ძალიან ბევრი/ძალიან ცოტა ბექგრაუნდი შიგთავსი? შეიძლებოდა უფრო მეტი ვიზუალური სურათების ან ვიდეომასალის მაგალითების სახით მოშველიება? იყო ისეთი ვიზუალური ელემენტები, რომლებიც ყურადღებას გვიფანტავდა? იყო მკაფიო ცხრილებში ან გრაფებში წარმოდგენილი ინფორმაცია? ჰქონდა თუ არა კატეგორიებს შესაბამისი დასათაურება? როგორ შეიძლება პრეზენტაციის გაუმჯობესება?
- მიეცით მოსწავლეებს შესაძლებლობა, ურთიერთობა იქონიონ და ითანამშრომლონ ადამიანებთან სკოლის ფარგლებს გარეთ, ახალი მედიასაშუალებების დახმარებით. დაავალეთ მოსწავლეებს, იპოვონ ექსპერტები, რომელთაც შეიძლება ჩამოართვან ინტერვიუ ან განიხილონ საკითხები კონკრეტული თემის შესწავლის ფარგლებში. განსაზღვრეთ, თუ რა გზით შეიძლება თქვენმა მოსწავლეებმა იქონიონ ურთიერთობა ან ითანამშრომლონ სხვა სკოლის ან თუნდაც სხვა ქვეყნის მოსწავლეებთან, რათა გაიღრმავონ თავიანთი შეხედულებები და გაიგონ კულტურული თავისებურებები. დაეხმარეთ მოსწავლეებს წყაროების სანდოობის შესაფასებლად სტრატეგიების შემუშავებაშიმამინაც, როდესაც გონივრულია წყარო ჩავთვალოთ, როგორც ადამიანების უფრო დიდი ჯგუფის აზრის გამომხატველი და როდესაც მათ მრავალგვარი პერსპექტივა უნდა ეძებონ. იმსჯელეთ ონლაინ ქცევის წესებზე, სთხოვეთ მოსწავლეებს გააზიარონ და იფიქრონ წესებზე და მითითებაზე მედიის ფორმატში, ზრდილობიანი კომუნიკაციის ფარგლებში.
- გამოიყენეთ მედიის მაგალითები, როგორც შეფასების ნაწილი ფორმატის ბოლოს. ჩვევად აქციეთ შეაგროვოთ მედია დოკუმენტაციის მაგალითები, რომლებიც მოიცავს როგორც ზუსტ, ასევე არაზუსტ ინფორმაციას ან ასახავს იმ თემებს, რომლებსაც კლასში გადიხართ. თქვენი სტანდარტული შეფასების ნაწილად, ამ თავის ან საკითხის ბოლოს, დაურთეთ ერთი ან რამდენიმე მაგალითი, სთხოვეთ მოსწავლეებს აღნიშნონ ფაქტები, რაც შეესაბამება და რაც არ შეესაბამება სიმართლეს, იმის საფუძველზე, რაც მათ კლასში ისწავლეს. აუცილებლად დაუთმეთ დრო მედიის დოკუმენტების განხილვას, მას შემდეგ რაც მოსწავლეები დაასრულებენ შეფასებას.
- გამოიყენეთ ვიდეო თამაშების შეფასების სისტემისეთი აქტივობებისთვის, რომელიც გადაწყვეტილების მიღებას გულისხმობს. დაავალეთ მოსწავლეებს მიაწოდონ ქულები სხვადასხვა არჩევანს (მაგ.: რომელი მოქმედებები უკეთ შეინარჩუნებს ბიომრავალფეროვნებას კონკრეტულ რეგიონში, ან რომელი წასახემსებელი იქნება უფრო ნოყიერი არჩევანი). როგორც თამაშებში, საუკეთესო არჩევანს მიენიჭება ყველაზე მეტი ქულა. მას შემდეგ, რაც მოსწავლეები დაადგენენ კავშირს ქულებსა და მნიშვნელობებს შორის, ადვილი იქნება მათი ჩართვა ღირებულებების ანალიზში, რომელიც მათი საყვარელი ვიდეო თამაშების სისტემით ფასდება.
- დაადგინეთ, თუ როგორ შეძლებენ თქვენი მოსწავლეები გამოაქვეყნონ ან გაუზიარონ ფართო აუდიტორიას საკუთარი ნამუშევრები ახალი მედია ტექნოლოგიების გამოყენებით. წაახალისეთ

მოსწავლეები გამოაქვეყნონ თავიანთი წერილობითი ნაშრომი ან განათავსონ ვიდეო ან ფოტოსურათები ინტერნეტში და იმსჯელონ, რომელი საიტი იქნება ამისათვის საუკეთესო პლატფორმა. შექმნით კლასის ბლოგი ან ჟურნალი, რომლითაც პროექტებს გაუზიარებთ ოჯახებსა და სხვა კლასებს. მიაღებინეთ გადაწყვეტილებები მოსწავლეებს იმის შესახებ, თუ რა შინაარსს უნდა შეიცავდეს და როგორ უნდა იყოს წარმოდგენილი მასალა კლასის ბლოგში ან ჟურნალში (გაითვალისწინეთ მიზანი, სამიზნე აუდიტორია და სხვა საკვანძო კითხვები მედია შეტყობინებების წარმოებისას).

- გამოიყენეთ ვიზუალური და აუდიოვიზუალური საშუალებები მშობელთა და პედაგოგთა კონფერენციებისა და ღია კარის დღეების დროს. ჩართეთ მოსწავლეები მოკლე ვიდეო პრეზენტაციების ან ფოტოგრაფიული ჩვენების შექმნაში, რომელიც აღწერს კლასში ჩვეულებრივ დღეს ან წარმოაჩენს მათ აკადემიურ მიღწევებს, სთხოვეთ მოსწავლეებს შეაფასონ მიღებული გადაწყვეტილებები იმის შესახებ, თუ რა უნდა შეიტანონ საჩვენებელ მასალაში და რა არა. მაგალითი, თუ როგორ უნდა მოვახეხოთ იგივე მცირეწლოვან მოსწავლეებთან, იხილეთ, როგორც (2011წ).

ისტორიები მედიაწიგნიერების სფეროდან: მედიაწიგნიერება და ღია კარის დღე

დაწყებითი სკოლის ბიბლიოთეკარმა ჯუნ ლოკმა ღია კარის დღისთვის შექმნა ვიდეორგოლები მესამე და მეხუთე კლასის მოსწავლეებთან ერთად. მიუხედავად იმისა, რომ მოსწავლეებს არ შეეძლოთ გამკლავებოდნენ ყველა ტექნოლოგიას და ჩართული ყოფილიყვნენ ვიდეოს რედაქტირების პროცესში, მათ სრული მონაწილეობა მიიღეს სცენარის შედგენაში, თუ როგორი უნდა ყოფილიყო ვიდეოს საბოლოო სახე, რა კონტენტის მატარებელი უნდა ყოფილიყო ვიდეო და რისი არა, გადასვლებისა და სათაურის სლაიდების შერჩევაში, გახმოვანებასა და სხვა ტექნოლოგიურ გადაწყვეტილებებში. ლოკმა უამრავი დისკუსია გამართა მოსწავლეებთან და პედაგოგებთან ვიდეოს მომზადებასთან დაკავშირებით. ერთ კლასს მიაჩნდა, რომ იმას, რასაც ისინი მეცნიერების გაკვეთილისთვის აკეთებდნენ (რაც ძირითადად, კითხვისა და ბიბლიოთეკის კვლევას გულისხმობდა), არ ჰქონდა მეცნიერული დატვირთვა, ამიტომ გადაწყვიტეს შეექმნათ ახალი აქტივობები ვიდეოსთვის, მაგალითად, გამოეყენებინათ მიკროსკოპები და გამოეცადათ ელემენტები. მათი დისკუსიები მოიცავდა ეთიკურ ასპექტებს იმ კადრების ჩათვლით, რომლებიც სკოლაში ყოფნის განმავლობაში ნამდვილად არ ხდებოდა და მისცემდა შესაძლებლობას შეეცვალათ კლასის ჩვეული განრიგი, რადგან ეს ვიდეოს უფრო საინტერესოს გახდიდა. მზა პროდუქტი პედაგოგისთვის უაღრესად სასარგებლო იყო ღია კარის დროს საჩვენებლად და ეს, ასევე, იყო განსაკუთრებული გზა მოსწავლეებისთვის მონაწილეობა მიეღოთ და ჩართული ყოფილიყვნენ პროექტის შემუშავებაში მაშინაც კი, როდესაც ისინი ღონისძიებას პირადად ვერ დაესწრებოდნენ. ღონისძიებამ შესაძლებლობა მისცა მოსწავლეებს ეჩვენებინათ თავიანთი ერთი ჩვეულებრივი დღე და ასევე, შეექმნათ მედიაწიგნიერების კონცეფციის კონკრეტული გაგება, რომ „ყველა მედია აგებულია“.

— აქტიურად შეუწყვეთ ხელი წერას მრავალჯერადი მედიის რეჟიმში:

იყავით მრავალფეროვანი დავალებებში, რაც საშუალებას მისცემს მოსწავლეებს აირჩიონ რომელი მედია ფორმატებია ეფექტური მათთვის საჭირო ინფორმაციის გადასაცემად.

სთხოვეთ მოსწავლეებს სტანდარტულ წერილობით მოხსენებებში ჩართონ მრავალი მედია ფორმატი (მაგალითად, ფოტოსურათები ან ილუსტრაციები).

სთხოვეთ მოსწავლეებს გააფორმონ თავიანთი წერილობითი ნაშრომი ისე, თითქოს ეს იყოს მათი სახელმძღვანელოს თავი, გამოიყენონ სათაურები, ქვესათაურები, ილუსტრაციები, გვერდის ზოლები, დიაგრამები და ა.შ. დაეხმარეთ მოიფიქრონ რა ინფორმაცია არის გამოსაყენებლად მნიშვნელოვანი.

■ ჩართეთ მოსწავლეები ადგილობრივი მუნიციპალიტეტის ან მომსახურების პროექტებში, სადაც მათ შეუძლიათ გამოიყენონ მედიაწიგნიერების უნარები:

მოიძიეთ შესაძლო საერთო პროექტები ადგილობრივ მუნიციპალიტეტებში (მაგ.: მუზეუმები, ბიბლიოთეკები, საგამოფენო დარბაზები და მომსახურების სააგენტოები), რომლებიც მოსწავლეების ჩაართულობას ითვალისწინებს მედია შეტყობინებების ანალიზში ან შექმნაში;

დაავალეთ უფროსკლასელებს, რათა ასწავლონ მედიის წარმოების ტექნიკები ან მედიაწიგნიერების პრინციპები უმცროსკლასელებს;

გამოიყენეთ მედია ფორუმები (მაგ.: წვდომა ადგილობრივ ტელევიზიაზე, გაზეთებზე, სოციალური ქსელის საიტებზე, ან ელექტრონული საფოსტო სიები, როგორიცაა Listservs) თემასთან დაკავშირებით ინფორმაციის მისაღებად, ან კვლევის გასაზიარებლად.

დაეხმარეთ მოსწავლეებს დაინახონ მედიის ძალა, წახალისეთ გამოიყენონ მედია, რათა ადგილობრივ მოსახლეობას მისცენ აზრის გამოთქმის საშუალება (მაგ.: ჩაიწერონ და გააზიარონ ზეპირი ისტორიები, ინტერვიუები, ადგილობრივი ღონისძიებები და ა.შ.).

განხილული მაგალითი მოსწავლეებში რეკლამის შემქმნევის უნარების განვითარება

კვლევაზე დაფუძნებული მედიაწიგნიერების სწავლების ფუნდამენტური მიზანია მოსწავლეებმა განავითარონ გამოსაკვლევი ჩვევები, რომლებიც სცილდება საკლასო კედლებს და მათი ყოველდღიური ცხოვრების ნაწილი ხდება. თქვენ, როგორც პედაგოგს, შეგიძლიათ ეს მიზანი მკაფიოდ წარმოაჩინოთ, როგორც მიმდინარე საკლასო კულტურის ნაწილი, რაც ხელს შეუწყობს მოსწავლეებს მთელი ყურადღებით მოეკიდონ მედიისა და პოპ კულტურის მაგალითებს, რომლებიც ასახავს სასწავლო გეგმის შინაარსს და მედიაწიგნიერების პრინციპებს, რომლებსაც ისინი სწავლობენ. რეკლამის შემქმნევის ეს უნარები შეიძლება დაკავშირებული იყოს რიგ თემებთან:

■ სასწავლო გეგმის შინაარსი - მოსწავლეები, სავარაუდოდ, ყოველდღიურ ცხოვრებაში, წააწყდებიან მედიაში ისეთი შინაარსის ინფორმაციას, რომელიც ასახავს იმ მასალას, რასაც ისინი სწავლობენ (ან უკვე ისწავლეს) იმ წელს კლასში. მაგალითად:

- ნახვენ მუსიკალურ ვიდეოს, რომელიც ეხება სოციალურ საკითხს, რაც წარმოიშვა საკლასო დისკუსიის დროს;
- გაეცნობიან ახალ ამბებს, რომელიც ეხება სამეცნიერო საკითხს;
- ითამაშებენ ვიდეო თამაშს, რომლის გმირს, ან სიუჟეტურ თაღსა და იმ მოთხრობას შორის, რომელიც კლასში წაიკითხეს, შესაძლებელია პარალელის გავლება;
- მოისმენენ დიალოგს, რომელიც შეიცავს ხუმრობას ან ისტორიულ წყაროებს მათ მიერ ახლახან შესწავლილ პიროვნებაზე ან პერიოდზე.

დაავალეთ მოსწავლეებს მოიძიონ ისეთი მედია, რომელიც შეიცავს შესანიშნავ მაგალითებს, ასევე ისეთი, რომელიც ეწინააღმდეგება კლასში ნასწავლ გაკვეთილებს. ასევე, სთხოვეთ მოსწავლეებს

თვალი ადევნონ მედიაში კონკრეტულ თემებს, რომლებიც დაკავშირებულია საკლასო სამუშაოსთან (მაგ.: მედიის შეტყობინებები ოჯახის შესახებ, პატივისცემა, ომი, მათემატიკა, დაცვა, წარმატება და ა.შ.).

■ შეცდომაში შემყვანი ან არაზუსტი ინფორმაცია - მედია შინაარსი ხშირად შეიცავს შეცდომებს ან მცდარ წარმოდგენებს რეალურ სიტუაციებზე. მაგალითად: მოსწავლეებმა შეიძლება დაინახონ ნიშანი, რომელშიც დაშვებულია გრამატიკული ან მართლწერის შეცდომა; ვიდეო, რომელიც თითქოს რეალურია, მაგრამ მასში ნაჩვენები მოქმედება ეწინააღმდეგება ლოგიკას ან ფიზიკის კანონებს; ან ელ.ფოსტა, რომელიც შეიცავს ურბანულ ლეგენდას.

რეკლამების შემჩნევა - მედიაპროდუქცია, , პოპულარული კულტურა და საგანმანათლებლო მასალები ფარულადაა გაჟღენთილი რეკლამის შინაარსით. ამ ტიპის შეტყობინებების (გზავნილების) კომერციული ხასიათის შემჩნევა მნიშვნელოვანი გზაა, რომ მოსწავლეებმა გადაწყვეტილება შეგნებულად მიიღონ. რეკლამა შეიძლება შეგვხვდეს მრავალი ფორმით:

პროდუქტის განთავსება - მედიის შინაარსში შეტანილი ბრენდების სახელები ან პროდუქტები, რომელიც საფასურის გადახდით ან სარეკლამო კომპანიასთან გარიგებით არის განთავსებული. ეს გავრცელებული პრაქტიკაა სატელევიზიო შოუებსა და ფილმებში, ვიდეო თამაშებში, სპორტულ ღონისძიებებში, მოზრდილთა წიგნებში (მაგალითად, ლისი ჰარისონის „Clique“-ის რომანები) და საგანმანათლებლო ვიდეოებშიც კი, როგორცაა ფილმები პუბერტატული პერიოდის შესახებ, რომლებიც მოწოდებულია სპეციალური (კოკრეტული) ბრენდის სანიტარული ხელსახოცების მწარმოებლების მიერ.

სპონსორობა და ჯვარედინი მარკეტინგი -მაგ., ცნობილი სპორტსმენისთვის გადახდილი თანხა კონკრეტული ბრენდის სპორტული ინვენტარის გამოყენებისთვის, პროგრამების ან საგანმანათლებლო მასალების ფინანსური მხარდაჭერა ბრენდის პროდუქციის გამოყენების სანაცვლოდ, „უფასო“ საჩუქრების ან სპეციალური ფასდაკლებების გაცემა კონკურსში მონაწილეობის ან საკრედიტო ბარათის ანგარიშის გახსნის სანაცვლოდ, ფილმებსა და რესტორნებს შორის თანამშრომლობა ერთმანეთის რეალიზაციის მიზნით და ა.შ.

ისტორიები მედიაწიგნიერების სფეროდან: პროდუქტის განთავსების შემჩნევა

როდესაც ფილმი Antz (ჭიანჭველა, 1998) პირველად გამოვიდა, სპეციალური ზამთრის არდადეგების ჩვენებისთვის ადგილობრივი დაწყებითი სკოლის მოსწავლეები მიიწვიეს. ჩვენებამდ პედაგოგებმა მოსწავლეებს გააცნეს რამდენიმე ფაქტი ნამდვილი ჭიანჭველების შესახებ, ასე რომ, მათ შეეძლოთ ემსჯელათ, რა ფაქტი იყო ზუსტი და რა არაზუსტი ჭიანჭველებზე მოთხრობილ ანიმაციურ ფილმში. მათ ასევე, რამდენიმე წუთი დაუთმეს პროდუქტის განთავსების შესახებ განმარტებას და მოსწავლეებს უთხრეს (მოსწავლეები გააფრთხილეს), რომ ანიმაციურ ფილმში პროდუქტის განთავსების ფაქტებს ნახავდნენ. როდესაც პეპსის პირველი ბოთლი გამოჩნდა „ინსექტოპიას“ სცენაში, აუდიტორიაში ბავშვების გამაყრუებელი შემახილი გაისმა „პროდუქტის განთავსება!“ ყვიროდნენ ისინი და განაგრძობდნენ პროდუქტების განთავსების მაგალითების ამოცნობას ვიდეოებსა და სხვა მედია საშუალებებში, მთელი სასწავლო წლის განმავლობაში. ეს შესანიშნავი მაგალითია იმისა, თუ როგორ შეუძლიათ პედაგოგებს გამოიყენონ მედიაწიგნიერება, როგორც უნარ-ჩვევების, ასევე ცოდნის განვითარების მიზნით.

შესაძლებელია შეგროვდეს რეკლამის შემჩნევის მაგალითები და მათი გაზიარება მოხდეს მრავალი ფორმით: ჯგუფური აქტივობის დროს; ყუთის დაცლით და მისი შიგთავსის განხილვით, რაც შეიძლება

იყოს არაპროდუქტიული საკლასო პერიოდში (მაგ.:პარასკევს, დღის მეორე ნახევარში); ან საკლასო დისკუსიის დაფაზე. თქვენ შეიძლება გამოიყენოთ ოფიციალური ფურცლები რეკლამირების შემჩნევის მაგალითების ჩასაწერად (იხ. ვებ-გვერდზე განთავსებული მასალა ან პერიოდულად იკითხეთ, აქვს თუ არა ვინმეს რეკლამის შემჩნევის მაგალითები გასაზიარებელი).

რეკლამის შემჩნევის პრაქტიკის წახალისებით, შეგიძლიათ დააკავშიროთ სახლსა და სკოლაში მიღებული გამოცდილება. შექმენით გამოკვლევის ჩვევები, რომლებიც შეიძლება გამოყენებული იქნას სხვა ასპარეზებზეც. უზრუნველყავით დაკვირვების, წერისა და საუბრის მიმდინარე პრაქტიკა და გააძლიერეთ სკოლის მნიშვნელობა მოსწავლის ცხოვრებაში.

ინფორმაციული წიგნიერება

არ აქვს მნიშვნელობა, რომელ საგანს ასწავლით, თუ გსურთ, რომ მოსწავლეებმა შეიმუშაონ გამოკვლევის ჩვევები, რაც მედიაწიგნიერების საფუძველს წარმოადგენს, უაღრესად მნიშვნელოვანია მათ შეეძლოთ საინფორმაციო წყაროების იდენტიფიცირება და მათი სანდოობის შეფასება.

ინფორმაციის წყაროები

როგორც პედაგოგები, ჩვენ ხშირად ვართ კლასის ინფორმაციის წყაროების კარიბჭე (მაგ.:რომელი ვებსაიტების გამოყენება შეიძლება დავალების შესასრულებლად). თუ გვსურს, რომ მოსწავლეებმა თავად მიიღონ გადაწყვეტილება იმის შესახებ, თუ რომელი საინფორმაციო წყაროების გამოყენებაა საუკეთესო სწავლისას სკოლის შიგნით და მის გარეთ, მაშინ მათ უნდა ვასწავლოთ, თუ როგორ განსაჯონ ეს წყაროები და რატომ არის მათი განსჯის კრიტერიუმები მნიშვნელოვანი. ამ მიზნის მისაღწევად, პედაგოგებსა და ბიბლიოთეკის მედიის სპეციალისტებს შეუძლიათ:

- საკუთარი გადაწყვეტილებები იმის შესახებ, თუ რატომ შეარჩიეს გარკვეული რესურსები და რატომ მიიჩნიეს ისინი სანდოდ, გახადონ უფრო გამჭვირვალე. მცირეწლოვან მოსწავლეებს შეიძლება ვუთხრათ შემდეგი ფრაზებით „ამ ამბის წყაროა...“ ან „ეს ინფორმაცია არის...“ უფროსკლასელთათვის უფრო დეტალური განმარტებები იქნებოდა შესაფერისი: „ეს ამბავი ემყარება ისტორიკოსს, რომელმაც გამოიყენა პირველადი წყაროები მრავალი თვითმხილველისგან, განსხვავებული პერსპექტივით“.
- ჩართეთ მოსწავლეები გადაწყვეტილების მიღების პროცესში, თუ რა ინფორმაციის წყაროები გამოიყენონ და წახალისეთ იფიქრონ იმაზე, თუ რა სახის წყაროები შეიძლება გამოიყენოს კლასმა ახალი თემის შესასწავლად. მაგ.:როდის შეიძლება ახალ თემაზე უფრო მეტი ინფორმაციის ვიდეო მასალიდან მიღება, ვიდრე წიგნიდან? როდის უზრუნველყოფდა ვებ-გვერდი ან გაზეთი უფრო თანამედროვე ინფორმაციით მომხმარებელს, ვიდრე სტანდარტული ენციკლოპედია?
- ურჩიეთ მოსწავლეებს თავიანთ სახელმძღვანელოს მიუდგნენ, როგორც მედია დოკუმენტს: მოსწავლეებს სთხოვეთ დააკვირდნენ სახელმძღვანელოს ყდას და განიხილონ, რა იდეებს გადმოსცემს იმ თემების შესახებ, რომლებზეც წიგნშია მოთხრობილი და რატომ აარჩია გამომცემლობამ გარეკანზე ეს დასურათება. გაითვალისწინეთ, რომ გამომცემლები ირჩევენ ყდის გარეკანს და არა ავტორები და ჰკითხეთ მოსწავლეებს, რა შეიძლება იყოს ამის მიზეზი. სთხოვეთ მოსწავლეებს თვალი გადაავლონ წიგნს და გამოთქვან ვარაუდები (გრაფიკის გამოყენებიდან გამომდინარე) იმის შესახებ, თუ რა თემები ან იდეებია ყველაზე მნიშვნელოვანი

ავტორ(ებ)ისთვის.

კურსის ან წლის ბოლოს, მოსწავლეებმა უნდა შეაჯამონ ნასწავლი მასალა იმის განხილვით, ეთანხმებიან თუ არა წიგნის რედაქტირების არჩევანს წიგნში რა მასალა უნდა შეტანილიყო და რა არა. უფროსკლასელებმა შეიძლება ასევე, განიხილონ განსხვავება გამოტოვებასა და გამორიცხვას შორის.

- დაეხმარეთ მოსწავლეებს იფიქრონ იმაზე, თუ როგორ და როდის ხდება წყაროების შეტანა სხვადასხვა მედია წყაროში წარმოდგენილი განცხადებებისთვის. ასევე, დაეხმარეთ მოსწავლეებს შენიშნონ, როდის არ არის მოცემული წყაროები და გაიგონ, რატომ არის ეს მნიშვნელოვანი.
- დაავალეთ მოსწავლეებს შექმნან ანოტირებული ბიბლიოგრაფიები კვლევის ანგარიშებისათვის, რომლებშიც შესული იქნება ინფორმაცია იმის შესახებ, თუ სად იპოვეს წყაროები და რატომ თვლიან რომ ისინი სანდოა.
- შეიმუშავეთ გაკვეთილები ციტირების შექმნის შესახებ. პედაგოგებს შეუძლიათ აუხსნან მოსწავლეებს, რომ ციტირების მიზანი არის დაეხმარონ სხვა ადამიანებს იპოვონ და გაანალიზონ წყაროები ისევე, როგორც მოსწავლეები აანალიზებენ მედიის წყაროებს. სასარგებლო კითხვარი შეიძლება შეიცავდეს შემდეგ კითხვებს:

რატომ არის წელი ან თარიღი მნიშვნელოვანი?

რა ვარაუდი შეგვიძლია გავაკეთოთ წყაროს სანდოობის შესახებ მისი ტიპის საფუძველზე (მაგ.: ჟურნალის და საგაზეთო სტატიების შედარება, დისერტაციების შედარება რედაქტირებულ წიგნებთან, ენციკლოპედიების შედარება ვიკიპედიასთან)?

რატომ არის გვერდების ნუმერაცია მნიშვნელოვანი?

რატომ არ არის საკმარისი საინფორმაციო რესურსის მაჩვენებელი ვებ-გვერდის მითითება და როგორ შეგვიძლია განსაზღვროთ კონკრეტული სექცია, როდესაც გვერდები არ არის დანომრილი?

რისი გაგებაა შესაძლებელი ვებ-გვერდის შესახებ მისი საინფორმაციო რესურსის მაჩვენებლის სხვადასხვა ნაწილიდან (და არა მხოლოდ დაბოლოებიდან)?

რომლებიც იყენებენ ისეთ საშუალებებს, როგორიცაა Noodlebib (www.noodletools.com), რომლებიც ავტომატურად ქმნიან ციტირებას იმ ინფორმაციისგან, რომელსაც მომხმარებლები უთითებენ, შეიძლება დავსვათ კითხვა რატომ ითხოვს პროგრამა კონკრეტული სახის ინფორმაციას?

მედია მცველები

ციტირების შესახებ სწავლებისას, ასევე, დროული იქნება მოსწავლეებს გააცნოთ სხვადასხვა საძიებო სისტემა და სთხოვოთ ს საძიებო სისტემებში შეყვანილი საძიებო ტერმინების შედეგების შედარება სხვადასხვა მიზნისთვის.⁶ დისკუსია მედია მცველების შესახებ, ადამიანები ან ინსტიტუტები, რომლებიც აკონტროლებენ ინფორმაციის ხელმისაწვდომობას, ასევე გვამღებს იმის საშუალებას, რომ გაკვეთილი დავიწყოთ წყაროს სანდოობის შესახებ მსჯელობით, რაც უფრო დაეხმარება მოსწავლეს.

სცადეთ დაიწყოთ კვლევითი დავალება ამ ცვლილებით. დასვით შეკითხვა - 25 წლის წინ ვინმესთვის იგივე დავალება რომ მიეცათ, სად უნდა წასულიყო ინფორმაციის მოსაძებნად? ან თუნდაც 50 ან 100

წლის წინ? პასუხი, სავარაუდოდ, იქნება ბიბლიოთეკაში წასვლა ან ენციკლოპედიაში მოძიება. რა შეიძლება ითქვას დღევანდელ დღეზე - რამდენი მოსწავლე დადის ბიბლიოთეკაში ინფორმაციის მოსაძიებლად ინტერნეტის ნაცვლად? დანერგეთ „მედია მცველების“ კონცეფცია. როდესაც ბიბლიოთეკარები, პედაგოგები ან ენციკლოპედიების რედაქტორები წარმოადგენდნენ ინფორმაციის უმეტესობის მთავარ მცველებს, მოსწავლეები ენდობოდნენ მათ გადაწყვეტილებას, თუ რომელი რესურსების ნდობა შეიძლება და რომლების არა. მაგრამ ინტერნეტში „მედია მცველები“ არ არსებობენ, რაც ნიშნავს, რომ მოსწავლეებმა უნდა აიღონ პასუხისმგებლობა საკუთარ თავზე, მიიღონ კარგი გადაწყვეტილებები წყაროების შესახებ და შეაფასონ ინფორმაციის სანდოობა (დაწყებული მინიმუმ დაწყებითი კლასებიდან).⁷ უფროსკლასელებს შეიძლება დაავალეთ დაფიქრდნენ იმაზე, თუ ვინ არიან ინფორმაციის არსებული „მცველები“ (Google? ახალი ამბების დიქტორი? რადიოჩამყვანები? კომიკოსები?) და რა როლს ასრულებს საიტზე გამოქვეყნებული სიახლეების სია. მოსწავლეებთან „მედია მცველების“ შესახებ მსჯელობა კარგ შესაძლებლობას გვაძლევს ვიფიქროთ იმაზე, თუ როგორ ვეძებთ ინფორმაციას და რა უპირატესობებსა და ნაკლოვანებებს ვაწყდებით ინტერნეტში არსებულ ინფორმაციაზე შეუზღუდავი წვდომით.

რეფლექსია: ვიკიპედია

რას ფირობთ, ვიკიპედიის წყაროდ გამოყენებაზე? ოდესმე იყენებთ მას თავად, როდესაც ინტერნეტით იძიებთ ინფორმაციას? როგორ აუხსნით მოსწავლეებს მის უპირატესობებსა და ნაკლოვანებებს? ნებას მისცემთ, ან წაახალისებთ თქვენს მოსწავლეებს გამოიყენონ ეს ინფორმაცია თემის შესასრულებლად, ან მიუთითონ გამოყენებული წყაროების ჩამონათვალში? რატომ? ან რატომ არა?

ამ თავში მოცემული ერთ-ერთი დავალება გულისხმობს იმას, რომ მოსწავლეებმა გადახედონ ვიკიპედიაში მოცემულ სტატიას, რათა გახადონ ის უფრო სრულყოფილი და ზუსტი. მედიაწიგნიერების რომელი უნარებისა და კონცეფციების გამოყენებას გულისხმობს ეს დავალება? თავს კარგად იგრძნობთ, თუკი თქვენი მოსწავლეები ამ დავალებას შეასრულებენ?

ინტერნეტის სანდოობა

ამ დისკუსიიდან გამომდინარეობს მედიაწიგნიერების ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ასპექტი: როგორ შეგვიძლია ვიმსჯელოთ ინფორმაციის სანდოობაზე, რომელსაც ინტერნეტში ვკითხულობთ ან ვხედავთ? როდესაც ჩვენ კოლეჯის მოსწავლეებს ვეკითხებით, რა იციან ვებ-გვერდი სანდოა თუ არა, ისინი თითქმის ყოველთვის პასუხობენ, რომ შეამოწმეს საინფორმაციო რესურსის მაჩვენებელი. ისინი საიტებს .edu, .gov და .org დაბოლოებებით, მიიჩნევენ სანდოდ, ხოლო საიტებს .com და .net ბოლოებებით, არასანდოდ.

ამ მიდგომის ლიმიტაციის მკაფიოდ დემონსტრირების რამდენიმე გზა არსებობს.⁸ ერთ-ერთი ყველაზე ძლიერი გზა დემონსტრირებისა, არის ვებ-გვერდი <http://martinlutherking.org>. წიგნის დაწერის დროს, Google-ში მარტინ ლუთერ კინგის მოძებნისას ეს საიტი ყოველთვის გამოდის ძიების შედეგების პირველ გვერდზე, ხოლო მის აღწერაში ნათქვამია „ნამდვილი ისტორიული განხილვა.“ მოცემულ ბმულზე დაწკაპუნებით თქვენ გადახვალთ ვებ-გვერდის მთავარ გვერდზე, რომელიც ნაჩვენებია 5.1 დიაგრამაზე, (დიაგრამას რამდენიმე წუთი დაუთმეთ). ვინ არის სამიზნე აუდიტორია და რა ფაქტები გაქვთ ამის დასამტკიცებლად? ვებ-გვერდის რომელი ელემენტები ქმნის შთაბეჭდილებას, რომ ეს არის საგანმანათლებლო რესურსი, განსაკუთრებით დაწყებითი ან საშუალო სკოლის მოსწავლეებისთვის? ვებ-გვერდის რომელი ელემენტები მიუთითებს, რომ მასზე მოცემული ინფორმაცია საეჭვოა?⁹

ეს არის მედიაწიგნიერების კითხვების ის ტიპები, რომლებიც მოსწავლეებმა უნდა დასვან ვებ-გვერდის სანდოობის შეფასებისას. მათ ასევე, უნდა დასვან შეკითხვები საავტორო უფლებების შესახებ: ვინ შექმნა ეს ვებ-გვერდი და რა არის მათი მიზანი?¹⁰ სინამდვილეში, ეს ვებ-გვერდი შეიქმნა Stormfront-ის ნაცისტური სუპრემატიკული ჯგუფის მიერ, რომელიც ცდილობს მოსწავლეებს თავს მოახვიოს თავისი რასისტული ხედვა მარტინ ლუთერ კინგისა და სამოქალაქო უფლებების შესახებ.¹¹

მოსწავლეებისათვის მიმართულების მიცემის შემდეგ, რათა გაიგონ ვებ-გვერდის მიზანი, შეგიძლიათ დაასრულოთ დეკოდირება მოსწავლეებისთვის შემდეგი კითხვის დასმით: „რა ისწავლეთ ამ აქტივობიდან საინფორმაციო რესურსის მაჩვენებლების გამოყენებით სანდოობის დასადგენად? თუ საინფორმაციო რესურსის მაჩვენებელი არ არის ვებ-გვერდის სანდოობის საიმედო მაჩვენებელი, როგორ გავიგებთ ვებ-გვერდი სანდოა თუ არა?¹² ამისათვის საჭიროა დავსვათ საკვანძო კითხვები საავტორო უფლებების, მიზნის, კონტენტის, შინაარსისა და სანდოობის შესახებ. შეგიძლიათ შეახსენოთ მოსწავლეებს, რომ მათ უკვე იციან რამდენიმე ასეთი შეკითხვა.

Stormfront ვებ-გვერდის ანალიზის წარდგენა მოსწავლეებთან ერთად, შეიძლება ძლიერი (კარგი) გამოცდილება იყოს, მაგრამ მას გარკვეული სიფრთხილით უნდა მოეკიდოთ, თუ გავითვალისწინებთ მისი შინაარსის მგრძნობიარე და პოტენციურად მავნე ხასიათს.¹³ ჩვენ გირჩევთ, გამოიყენოთ ეკრანის ანაბეჭდი (ე.წ. სკრინშოტი) ვიდრე თავად ვებ-გვერდზე შეხვიდეთ, რადგანაც ვებ-გვერდზე ხშირი ვიზიტი განაპირობებს მის რეიტინგს ძიების შედეგების ათეულში და ჩვენ არ გვინდა, რომ ათასობით პედაგოგმა სიძულვილის ვებ-გვერდი გამოიყენოს, როგორც სწავლების ინსტრუმენტი.

მას შემდეგ, რაც მოსწავლეები შეისწავლიან თუ როგორ უნდა შეაფასონ ინფორმაციის სანდოობა ვებ-გვერდებზე, შეგიძლიათ შეაფასოთ თითოეული მოსწავლის ცოდნა დავალებით, იპოვონ ორი ვებ-გვერდი - ერთი, რომელსაც თვლიან რომ არის სანდო, ხოლო მეორე - არასანდო. მოსწავლეების მიერ ვებ-გვერდებზე დაწერილი შეფასებები უნდა მოიცავდეს ძიების პროცესს (პასუხად მათ უნდა მიუთითონ, საძიებო ველში რომელ ადგილზე მოხვდა ვებ-გვერდი და რატომ აირჩიეს ის შესასწავლად და არა მხოლოდ - „მოვიძიე Google-ის საშუალებით“), ასევე პასუხებს შესაბამის მედიაწიგნიერების კითხვებზე. მათი ანალიზი უნდა შეიცავდეს სპეციალურ მტკიცებულებებს საიტების სანდოობის, ან არასანდოობის დასადასტურებლად. ასევე, უნდა შეიცავდეს ვებ-გვერდის კონტენტს და შეიძლება მოიცავდეს შემდგომ კვლევას, ავტორების სანდოობის შესახებ ან სხვა ინფორმაციის სანდოობის იდენტიფიცირებას, რამაც შესაძლოა ნათელი გახადოს სანდოობის საკითხები.

მოსწავლეებს, ასევე, შეუძლიათ მიიღონ ღრმა ცოდნა ინფორმაციის სანდოობის შესახებ ვებსაიტებზე, როგორიცაა Wikipedia, მათში კონტენტის შეტანით. დაავალეთ მოსწავლეებს იპოვონ თემა, რომლის შესახებაც ბევრი იციან და შემდეგ წაიკითხონ რას ამბობს ვიკიპედიის ჩანაწერი ამის შესახებ. სთხოვეთ მათ ამოიცნონ ინფორმაცია, რომელიც შეიძლება არაზუსტი ან არასრული იყოს და შემდეგ სთხოვეთ, განაახლონ ჩანაწერი მისი დამატებით ან შეცვლით. მათ უნდა შეძლონ ინფორმაციის საკუთარი წყაროების სანდოობის დამტკიცება, რათა მათი სტატია გახდეს სანდო და ასახავდეს პროცესს, რომელიც ხელს უწყობს კოლექტიური ცოდნის მიღებას იმ თემის ან საკითხის შესახებ, რომელიც მსოფლიოში ცნობილია.

კიდევ ერთი გზა, რომლის საშუალებითაც მოსწავლეებს შეუძლიათ მიიღონ მნიშვნელოვანი და ზოგჯერ დამაბრკოლებელი ინფორმაცია იმის შესახებ, თუ როგორ ხდება ინფორმაციის ინტერნეტში განთავსება, არის ის, რომ მათ დაგუგლონ საკუთარი სახელები, რათა ნახონ ძიების შედეგი (როგორც ტექსტი, ასევე ფოტო) და დაფიქრდნენ, როგორ აისახა მათი კიბერ სურათები ფიზიკურ სამყაროში. უფროსკლასელებმა შეიძლება იმსჯელონ კოლეჯის მიმღები ოფისებისა და დამსაქმებელთა

ჩვეულებრივ პრაქტიკაზე, როდესაც ისინი განმცხადებლების შესახებ დამატებითი ინფორმაციის მოძიების მიზნით, ასეთ პრაქტიკას მიმართავენ და ასევე, იმსჯელონ ეთიკისა და კონტროლის საკითხებზე. მიუხედავად იმისა, რომ მოსწავლეებს ჩვეულებრივ არ შეუძლიათ წაშალონ ის, რაც უკვე ინტერნეტში არსებობს, მათ შეუძლიათ თავიანთი კიბერ ნაკვალევი შეცვალონ Facebook გვერდების შეცვლით, ბლოგების განთავსებით, დარწმუნდნენ, რომ მოხალისეობრივი საქმიანობა, რომელშიც ისინი მონაწილეობენ, განთავსდება ინტერნეტში (მაგ.:შესთავაზონ ორგანიზაციას ვებსაიტისთვის ანგარიშის შედგენა) და ა.შ.

ახალი ამბების წიგნიერება, ჟურნალისტიკა და მიმდინარე მოვლენები

ინფორმაციული წიგნიერების მსგავსად, ახალი ამბების მონაკვეთის ანალიზი და შექმნა სასწავლო პროგრამების მრავალ სფეროშია ჩართული. ცხოვრების მანძილზე, მოსწავლეების უმეტესობა მსოფლიოს შესახებ ინფორმაციას ახალი ამბებიდან იღებს. როგორც თომას ჯეფერსონმა 200 წლის წინ განაცხადა, ჯანსაღი დემოკრატიის მუშაობისთვის აუცილებელია მოქალაქის ინფორმირება თავისუფალი პრესის საშუალებით. სულ ახლახანს, რაინდის კომისიის 2009 წლის ანგარიშში „საზოგადოებების ინფორმირება: დემოკრატიის შენარჩუნება ციფრულ ეპოქაში“, ხაზგასმით აღინიშნა ახალი ამბების ცოდნის მნიშვნელობა და ერთ-ერთი მთავარი რეკომენდაცია იყო „ციფრული და მედიაწიგნიერების, როგორც კრიტიკული ელემენტების ინტეგრირება განათლების ყველა დონეზე“ (გვ. xvii). იმის სწავლა, თუ როგორ უნდა გააანალიზონ ახალი ამბები, აშკარად აუცილებელია მოსწავლეებისათვის, რათა იყვნენ აქტიური მოქალაქეები.

იმ დროისთვის, როცა მოსწავლეები, რომლებიც გათვითცნობიერებულნი არიან „ახალი ამბების წიგნიერებაში“, საშუალო სკოლას დაამთავრებენ, უნდა განასხვავებდნენ ერთმანეთისგან ფაქტობრივ ამბებსა და მოსაზრებებს, ჟურნალისტებსა და ექსპერტებს. კომენტატორებს. მათ ასევე უნდა:

- იცოდნენ რა ხდის ახალ ამბებს სანდოს (მაგ.:ფაქტების გადამოწმება, მტკიცებულებების წარდგენა, წყაროს მითითება);
- შეეძლოთ ანონიმური წყაროების გამოყენების თანმდევი პრობლემების ამოცნობა;
- იცოდნენ, რომ შესაძლებელია ფოტოსურათებით ციფრული მანიპულირება (მაგ.:მოჭრა, ფოტოშოპი);
- ამოიცნონ გზები, რომლითაც რედაქტირება და სხვა წარმოების გადაწყვეტილებები ახდენს გავლენას მედია შეტყობინებაზე ;
- გააცნობიერონ, თუ რა მნიშვნელობა აქვს, როდესაც მოვლენებს თვითმხილველები ასახავენ?

სიახლეებისა და კომენტარების მრავალი ფორმა, რომლებიც დღეს ინტერნეტში გვხვდება, ამ ყველაფერს უფრო ართულებს როგორც მოსწავლეების, ასევე მოზარდებისთვის. კერძოდ: ხშირად ეშლებათ ბლოგი ახალი ამბების სიუჟეტებში; ხშირად იზრდება ზეწოლა, რათა სწრაფად მოხდეს სიუჟეტების გაშუქება, ინფორმაციის გადამოწმებაზე საჭირო დროის დახარჯვის გარეშე და იმის გააზრების გარეშე, თუ რა შედეგი შეიძლება მოყვეს ამას სიუჟეტში ჩართული პირებისთვის.

ახალი ამბების ნიშან-თვისებები

იმის დასადგენად, თუ როგორ დაეხმარებით მოსწავლეებს ამ მიზნების მიღწევაში, თქვენი ძირითადი სასწავლო გეგმის განუყოფელ ნაწილად მისი ქცევის გზით, კარგი იქნება ვიცოდეთ ცოტა რამ ახალი ამბების შესახებ. თქვენი მოსწავლეების ასაკიდან გამომდინარე, შეიძლება მოინდომოთ ამ კონცეფციების ჩასმა სიახლეების განხილვაში.

ახალი ამბების დღის წესრიგის განსაზღვრის ფუნქცია

ახალი ამბების საშუალებები, რა თქმა უნდა, გავლენას ახდენს იმაზე, თუ რას ვფიქრობთ მათ მიერ გაშუქებულ საკითხებზე. მაგრამ, რაც უფრო მნიშვნელოვანია, ახალი ამბების მედია გავლენას ახდენს იმაზე, თუ რომელ საკითხებზე ვფიქრობთ. სხდომის დღის წესრიგზე პასუხისმგებელი პირის მსგავსად, საინფორმაციო საშუალებებსაც აქვთ მნიშვნელოვანი ძალა იმის განსაზღვრისას, თუ რომელი ადამიანების, მოვლენების და თემების ყოველდღიური განხილვა არის მნიშვნელოვანი. ტრადიციული ჟურნალისტური კრიტერიუმები, როგორიცაა - „რას ექნება გავლენა ყველაზე მეტ ადამიანზე?“ ხშირად კომპენსირდება სხვა კრიტერიუმებით, მაგალითად - „რას აქვს საუკეთესო სურათები?“ ან „რა იქნება საკმარისად დრამატული (უხამსი ან საკმაოდ საშიში) იმისათვის, რომ ყველაზე მეტი ეგზემპლარი გაყიდოს?“; ან სათაური, როგორიცაა „სენატი შეამოწმებს სოციალურ უსაფრთხოებას“ ეხება უფრო მნიშვნელოვან თემას, თუ „კონგრესმენი სასტუმრო ტრისტში მდივანთან გამოიჭირეს“. ეს უკანასკნელი, სავარაუდოდ, უფრო მეტ სენსაციას შექმნის, ვიდრე პირველი. შეერთებულ შტატებში, ზეწოლა შემოსავლის გამომუშავებაზე, ასევე, იწვევს იმ საკითხების გაშუქების უპირატესობას, რომლებიც პირდაპირ კავშირშია ამერიკელებთან, ამიტომ საერთაშორისო ამბები ხშირად იგნორირებულია, თუ რამე განსაკუთრებით სენსაციური არ მოხდა.¹⁴ სავარჯიშოსთვის, რომელიც ხაზს უსვამს ახალი ამბების მედიის დღის წესრიგის შემდგენ ფუნქციას, იხილეთ თანმხლები ვებ-გვერდი.

ახალი ამბები, როგორც პარადოქსი

კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი რამ, რაც უნდა იცოდეთ მსოფლიოს შესახებ სიახლეების გავლენაზე, არის ის, რომ ჩვენ ყველაზე მეტად გვჯერა იმის, რაც ნაკლებად ვიცით. რაც უფრო მეტი ვიცით ადამიანის, ადგილის ან თემის შესახებ, მით უფრო ეჭვქვეშ ვაყენებთ იმას, რასაც ვკითხულობთ ან გვესმის ამის შესახებ. ასე რომ, ჩვენ უკეთ შეგვიძლია შევავასოთ, არის თუ არა ინფორმაცია ზუსტი სამეზობლოს შესახებ, სადაც ჩვენ ვცხოვრობთ, ვიდრე სადმე სხვაგან მდებარე ადგილის შესახებ, რომელიც არც ჩვენ და არც სხვას პირადად არ უნახავს. განმარტების თანახმად, ახალი ამბების უმეტესობა, რომელიც უჩვეულოა, არ წარმოადგენს კარგ წყაროს სხვა ადგილებში მიმდინარე ყოველდღიური ცხოვრების გასაცნობად, თუმცა ეს ხშირად პირიქით გვემართება. ასევე, იმის გამო, რომ ახალი ამბები აშუქებენ და იმეორებენ უჩვეულო ამბებს (მაგ.: ზვიგენების თავდასხმები, მკვლელობები), ჩვენ ვფიქრობთ, რომ ეს მოვლენები ხდება უფრო ხშირად, ვიდრე რეალურად და იშვიათად ვიგებთ ყოველდღიური მოვლენების შესახებ მაშინაც კი, როდესაც ისინი დრამატულია (მაგ.:ათასობით ბავშვს არ აქვს სუფთა სასმელი წყალი ან საკმარისი საჭმელი).

„პარასოციალური ურთიერთობები“

ჩვენ ცნობილ ადამიანებსა და სხვა ადამიანებს მხოლოდ მედიის საშუალებით ვიცნობთ, მაგრამ ისეთი შეგრძნება გვაქვს, თითქოს რეალურად ვიცით როგორები არიან ისინი (მათი პიროვნებები და უპირატესობები) და მათთან გარკვეული ურთიერთობა გვაქვს. ჩვენ დასკვნებიც კი გამოგვაქვს, სანდოა თუ არა ახალი ამბები მათ შესახებ, მათი ხასიათის „ცოდნის“ საფუძველზე. ეს ტენდენცია შეიძლება

გამოვლინდეს გამოგონილ პერსონაჟებთანაც. მაგალითად, მსახიობები ხშირად ყვებიან ისტორიებს თაყვანისმცემლების შესახებ, რომლებიც მათ ექცევიან იმ პერსონაჟის მიხედვით, რომელიც განასახიერეს.

ახალი ამბების ვიდეო გამოშვება და სხვა ახალი ამბების წყაროები

დღევანდელი ახალი ამბების შექმნა ხშირად გულისხმობს ვიდეო ახალი ამბების გამოშვებების, საზოგადოებასთან ურთიერთობის ნაწილების გამოყენებას, რომლებიც შექმნილია გარე ორგანიზაციების მიერ (მაგ.: რეკლამის განმათავსებლები, ლობისტები, სამთავრობო ჯგუფები) და უფასოდ მიეწოდება ფულადი სახსრების მქონე ორგანიზაციებს სიუჟეტებში გამოსაყენებლად. სატელევიზიო ახალი ამბების საშუალებები, განსაკუთრებით ადგილობრივი საინფორმაციო სადგურები, სულ უფრო ხშირად იყენებენ ამბების ვიდეო გამოშვების ნაწყვეტებს. მართალია, დისკუსიები წესების შეცვლაზე მიმდინარეობს, მაგრამ ახლა სავალდებულო არ არის ამ ვიდეოების წყაროს მითითება და იდენტიფიცირება, რაც ტოვებს შთაბეჭდილებას, რომ შინაარსი ასახავს საინფორმაციო სადგურის უფრო „ობიექტურ“ თვალსაზრისს, ვიდრე სარეკლამო მასალის მიკერძოებას.

იუმორისტული მედია შინაარსი, როგორც ახალი ამბების წყარო

მოზარდები და ახალგაზრდები, ახალი ამბების გასაგებად, სულ უფრო ხშირად უყურებენ კომედიურ გადაცემებს, განსაკუთრებით პოლიტიკურ პირებთან და საკითხებთან დაკავშირებით.¹⁷ მიუხედავად იმისა, რომ პოლიტიკური კარიკატურები დიდი ხანია წარმოადგენს იუმორისტული და მწვავე კომენტარების მნიშვნელოვან წყაროს, სიახლეებისა და პოლიტიკის შესახებ, „ხახვის“ მსგავსად, სატირულ პუბლიკაციებს ყალბი ამბების მდიდარი ისტორია აქვს. ციფრული მედია ტექნოლოგიები ახლა ყველანაირ პიროვნებას და ორგანიზაციას აძლევს იგივეს კეთების საშუალებას და თანაც საკმაოდ დახვეწილი გზით. როდესაც მოსწავლეები ვერ განასხვავებენ ჟურნალისტიკას, სატირას, კომედიასა და კომენტარს, ისინი ადვილად შეიძლება გახდნენ დეზინფორმაციის მსხვერპლნი. მაგალითად, 2008 წელს New Yorker-მა ჟურნალის ყდაზე პრეზიდენტობის კანდიდატი ბარაკ ობამა მუსლიმანად გამოსახა (ფონად კედელზე კიდია ოსამა ბინ ლადენის სურათი და ამერიკის დროშა ბუხარში იწვის). მიუხედავად იმისა, რომ სათაური „შიშის პოლიტიკა“, მხოლოდ ჟურნალის შიდა გვერდზე ეწერა, ზოგიერთებს, რომლებმაც არ იცოდნენ ჟურნალის მიერ ყდის სატირული მიზნებით გამოყენების დიდი ხნის ისტორიის შესახებ, ეგონათ, რომ ჟურნალი ადასტურებდა, რომ ობამა მართლაც მუსლიმი იყო.

რეფლექსია: თქვენი საკუთარი ახალი ამბების წყაროები

საიდან იგებთ ახალ ამბებს და რატომ? საიდან იცით, რომ ეს წყაროები სანდოა? რეგულარულად იყენებთ ერთზე მეტ წყაროს? რამე გიბიძგებთ გადახედოთ იმ წყაროებს, რომლებსაც ჩვეულებრივ, მიმართავთ სიახლეების მისაღებად?

რესურსები ახალი ამბების წიგნიერების სწავლებისთვის

ორი შესანიშნავი რესურსი ახალი ამბების ანალიზისა, არის გაზეთები განათლებაში (რომლის ვებ-გვერდი <http://nieonline.com> შეიცავს გაკვეთილის გეგმებს და სხვა რესურსებს პედაგოგებისთვის) და Newseum (რომლის ვებ-გვერდი <http://newseum.org> მსოფლიოს მასშტაბით 800-ზე მეტი გაზეთის პირველ გვერდს შეიცავს). ასევე [Http://gradethenews.org](http://gradethenews.org), გთავაზობთ საიტის დამფუძნებლის, ჯონ

მაკმანუსის მიერ დასაბეჭდ ქულების ბარათს სიახლეების შესაფასებლად, ხარისხის განმსაზღვრელ რამდენიმე საშუალებას და საიტის დამფუძნებლის, ჯონ მაკმანუსის წიგნს “Detecting Bull: How to Identify Bias and Junk Journalism in Print, Broadcast, and on the Wild Web”, რომელიც ასევე, შესანიშნავი რესურსია მეტად დავფიქრდეთ მოწოდებული სიახლეების შესახებ.

გაკვეთილის იდეები

სასწავლო კურსის ახალი ამბების ცოდნასთან კომბინირების მრავალი გზა არსებობს. ხშირად ხდება ახალი ამბების შერჩევა, რომელთა შინაარსი პირდაპირ ეხება თქვენს სასწავლო გეგმას.

საკვანძო კითხვების შეცვლა ან გავრცობა

დაიწყეთ ნებისმიერი ახალი ამბებით, რაც დაკავშირებულია სასწავლო პროგრამასთან და გამოიყენეთ საკვანძო კითხვები მისი შინაარსის განხილვისას.

- ავტორობა - ეს ამბავი საკაბელო მომსახურებიდან არის? რეალურად გამოიძია ჟურნალისტიკა სიუჟეტი, თუ მან ინფორმაცია სხვა წყაროდან მიიღო? სად იყო ჟურნალისტი (მაგ.: შემთხვევის ადგილას, რეგიონალურ ბიუროში თუ შორეულ ლოკაციაზე)? ვინ ითამაშა როლი სიუჟეტის რედაქტირების საკითხის გადაწყვეტაში? რა სათაური და სურათები ახლავს მას და სად გაშუქდა - გაზეთში, ახალი ამბების პროგრამაში თუ ვებ-გვერდზე?
- შინაარსი - როგორ შედარდება ეს იმასთან, რაც თქვენ ისწავლეთ კლასში ან სხვა წყაროებიდან?
- სანდოობა - ამ ამბის რომელი ნაწილია ფაქტობრივი და საიდან ვიცი ეს? ფაქტების შემოწმების საშუალებით, როგორ ფასდება ისეთი ვებ რესურსები, როგორიცაა <http://factcheck.org> ან <http://newstrust.net>?
- რეაგირება - რა შეხედულებებია გამოხატული კომენტარებში, რომლებიც განთავსებულია ონლაინ სიახლეებზე ან რედაქტორებისთვის გაგზავნილ წერილებში? (მაგალითად, იხილეთ მარტინ ლუთერ კინგის ნაკრების პროექტი Look Sharp-ის მედია კონსტრუქციებში, დასკვნითი გაკვეთილი).
- ეკონომიკა - ვისთვის მუშაობენ ჟურნალისტები და ფოტოგრაფები/ვიდეოგრაფები? საიდან მოდის ფული, რომელიც გადახდილია ამ ამბავში?
- მიზანი - რა კავშირშია მიზანი (მაგალითად, პოლიტიკური პოზიციის მხარდაჭერა ან კორპორატიული მფლობელების შემოსავლის მიღება) და შინაარსი (ყურადღების მოსაზიდად გამოყენებული ტექნიკის ჩათვლით)?
- ტექნიკა - შეიძლება, რომ ამ ამბავში შესული ფოტოები ციფრულად შეიცვალოს და რატომ? რა გარემოება მაფიქრებინებს, რომ ეს ინფორმაცია ახალი ამბავია? ახალი ამბების ფორმალური მახასიათებლების ცოდნის ასამაღლებლად, დაავალეთ მოსწავლეებს დახატონ ტიპური სატელევიზიო ახალი ამბები. შეიძლება გაგიკვირდეთ, რამდენად მსგავსი იქნება ეს სურათები: კომენტატორი (ხშირად მამაკაცი), მჯდომარე, რომელსაც მხოლოდ თავი და მხრები უჩანს, ზედა მარჯვენა კუთხეში ნაჩვენებია ეკრანი ან ცხრილი და ფოტოს ქვემოთ მოცემულია მორბენალი სტრიქონი. გამოყენებული ტექნიკების ამოცნობამოსწავლეებს საშუალებას მისცემს ამოიცნონ, რეკლამა ან სხვა დამაჯერებელი მესიჯი როდის არის გადმოცემული ამ ტექნიკის გამოყენებით და სანდოობაზე აქვს განაცხადი. ეს ხშირად ხდება გაზეთებში, რომლებსაც ეთიკის მოთხოვნები აკისრიათ, რომ ამგვარი "სიუჟეტები" რეკლამად შეაფასონ (თუმცა ყოველთვის ასე არ ხდება).

კონტექსტისა და შინაარსის შესახებ კითხვები, ასევე, დაეხმარება მოსწავლეებს: უკეთ გააცნობიერონ ახალი ამბების მედიის სტრუქტურა; შეძლონ

სხვადასხვა სახის ახალი ამბების იდენტიფიცირება (მხატვრული მოთხრობები, კომენტარები, საგამომიებო მოთხრობები, საერთაშორისო სიახლეები, ადამიანის ინტერესის ისტორიები და ა.შ.) და ახალი ამბების სხვადასხვა მედიასაშუალებაში გაშუქების მეთოდის შედარება (გაზეთები, ჟურნალი, რადიო, ტელევიზია, ინტერნეტი), ახალი ამბებისა და მოსაზრებების გარჩევა (სარედაქციო სტატია, ბლოგები, წერილები რედაქტორთან და ა.შ.); ამოიცნონ სიახლეები, რომელთა ფაქტებიც გადამოწმებულია და ინფორმაციები პირდაპირ ეთერში (ან თითქმის პირდაპირ ეთერში) თვითმხილველი (ან უშუალო მონაწილე) პირების ტელეფონებიდან, Twitter-ის ანგარიშებიდან ან სოციალური ქსელის საიტებიდან არის აღებული;

ფოტოსურათების მნიშვნელობის განხილვა და იმ როლის განსაზღვრა, რომელსაც სათაურები და ჟურნალების გარეკანი თამაშობს ახალი ამბების ჩამოყალიბებაში.

საერთაშორისო ახალი ამბების წყაროების შესწავლა

ეს ძირითადი საკვანძო კითხვები, ასევე, დაეხმარება მოსწავლეებს ამოიცნონ და დაფიქრდნენ იმ ფაქტზე, რომ შეერთებულ შტატებში თითქმის ყველა სიახლეს აშშ-ს წყაროებიდან ვიღებთ. ეს შეიძლება აშკარა იყოს, მაგრამ მსოფლიოს უმეტეს ნაწილში ასე არ არის - სხვა ქვეყნების უმეტესობა კითხულობს და ისმენს სატელევიზიო და ბეჭდურ ახალ ამბებს საერთაშორისო წყაროების ბევრად უფრო ფართო სპექტრიდან. ეს კვლავ ეხება „მედია მცველების“ საკითხს და ობიექტივს, რომლის საშუალებითაც ვუყურებთ სხვა ქვეყნებსა და მათ ხალხს. ერთ-ერთი გზა, რომლითაც პედაგოგებს შეუძლიათ ამ საკითხის გავლენისადმი მოსწავლეების ცოდნა გაზარდონ, არის რომ დაავალონ წაიკითხონ ან უყურონ სხვა ქვეყნების სიახლეებს. ინტერნეტამდე ეს დამქანცველი ამოცანა იქნებოდა, მაგრამ ახლა საკმაოდ მარტივია მსოფლიოს ათობით ქვეყნის გაზეთებისა და სატელევიზიო სიუჟეტების ინგლისურენოვან ვერსიებზე წვდომა. წარმართეთ მოსწავლეებთან ანალიზი და დისკუსია, თუ რომელ ამბებს აშუქებენ და როგორ ხდება მათი გაშუქება ერთსა და იმავე დღეს, სხვადასხვა ქვეყანაში, რაც შეიძლება მოულოდნელი აღმოჩნდეს.

სტატიის სათაურებისა და ჟურნალების გარეკანის ანალიზი

სტატიის სათაურები და ჟურნალების გარეკანი კარგ საშუალებას წარმოადგენს საავტორო უფლებების, მიზნისა და სანდოობის თემებზე საკვანძო კითხვების განხილვისთვის. ჟურნალის გარეკანები ითვლება ჟურნალის სარეკლამო რგოლებად, ასე რომ, ისინი არ ექვემდებარება იმავე სიზუსტესა და ეთიკურ მითითებებს, რომლებიც ვრცელდება ჟურნალის შიგნით სტატიებსა და ფოტოებზე.²⁰ სათაურები, როგორც წესი, მეტწილად დაწერილია რედაქტორის მიერ, ვიდრე ახალი ამბების შემქმნელის მიერ და შექმნილია სტატიის შესახებ მოკლე ინფორმაციის მისაწოდებლად და ყურადღების მისაქცევად. ამის გამო, ზოგჯერ სათაურებს მკითხველი შეცდომაში შეყავს, ან უბრალოდ არასწორია. განვიხილოთ გაზეთის სტატია, რომელიც ნაჩვენებია დიაგრამა 5.2-ზე. რადგან ინტელექტის კოეფიციენტი ყოველთვის დაფუძნებულია წერილობით ტესტზე, თუ განსაკუთრებული ჭკვიანი თავგები არ არიან, ტერმინის - ინტელექტის კოეფიციენტი, გამოყენება არასწორია. სტატიაში აღწერილია კვლევა, რომელიც აჩვენებს მეხსიერების უნარის გაზრდის გზებს თავგებში. რატომ არჩია რედაქტორმა სათაურში დაეწერა „ინტელექტის კოეფიციენტი“ სიტყვა „მეხსიერების“ ნაცვლად?

ონლაინ ამბების სიუჟეტების ანალიზი განსაკუთრებით დამაინტრიგებელია, რადგან ისინი ჩვეულებრივ იწერება, რათა საძიებო სისტემებში მეტი ყურადღება მიიპყროს, ვიდრე იმისათვის, რომ

ისტორიები ზუსტად გააშუქოს. შეუძლიათ შეადარონ და ერთმანეთს დაუპირისპირონ კონკრეტული გაზეთის ბეჭდურ და ონლაინ ვერსიებში გამოქვეყნებული ერთი და იგივე მბავი ან გამოიყენონ <http://newseum.org> რომ შეადარონ, როგორ მოხდა ფოტოსურათების გამოყენება სხვადასხვა სათაურთან იმავე დღეს, სხვადასხვა გაზეთში. Twitter-ის პოპულარობის ზრდასთან ერთად, მნიშვნელოვანია twitter-ის პოსტების ანალიზი, რომელსაც საინფორმაციო მედია უგზავნის მკითხველს, რათა მიიქციოს მათი ყურადღება და შემდეგ ამ ანალიზის შედარება იმავე მიზნისთვის შექმნილ სტატიის სათაურებთან, რასაც შეუძლია გამოყოს გარკვეული სიტყვებისა და ფრაზების სიძლიერე მეტი დრამატულობისა და მნიშვნელობის გადმოსაცემად, როდესაც სივრცე და დრო ნამდვილად მცირეა.

მოსწავლეების მიერ წარმოებული ახალი ამბების მხარდაჭერა

მოსწავლეთა მიერ გაზეთების, ჟურნალების, დოკუმენტური ფილმების ან რადიოპროგრამების შექმნა, რაც დროის დამზოგველია, მშვენიერ შესაძლებლობებს ქმნის მოსწავლემ განავითაროს და წარმოაჩინოს ყველა ის შესაძლებლობა, რომელიც განსაზღვრავს მის მედიაწიგნიერებას. დაავალეთ მოსწავლეებს, დაფიქრდნენ და განიხილონ, თუ რა გადაწყვეტილებებს იღებენ ისინი მუდმივად, თუ რომელი სიუჟეტების გაშუქება, ვისთან გასაუბრება, რისი რედაქტირება და რომელი ტექნიკის გამოყენება ჯობს. ამან შეიძლება წარმოშვას ეფექტური კომუნიკაციის მძლავრი ხედვები და გზები, სადაც გადაწყვეტილებებს შეუძლიათ ინფორმაციის დამახინჯება ან მიკერძოება.

ახალი ამბების პუბლიკაციები ან პროგრამები, ასევე, იძლევა ინტერდისციპლინარული თანამშრომლობის ბუნებრივ შესაძლებლობებს (მაგ.: მოსწავლეები, რომლებიც სამეცნიერო თემებთან დაკავშირებულ საკითხებს აშუქებენ, მოსწავლეები, რომლებიც უზრუნველყოფენ ფოტოგრაფიასა და გრაფიკულ მხარდაჭერას ხელოვნების განხრით, სამოქალაქო საზოგადოების გაკვეთილები, რომლებიც მოიცავს პოლიტიკურ საკითხებს და ა.შ.). ჟურნალისტიკა საკმაოდ ცვალებადია, რათა მოერგოს თითქმის ნებისმიერი საგნისა და უნარების დონეს. მაგალითად, ისტორიის გაკვეთილებზე მოსწავლეებს შეუძლიათ სიახლეების სხვადასხვა კომპონენტის, ასევე, დროის, ხალხისა და ადგილის შესახებ ცოდნის რასაც ისინი სწავლობენ, დემონსტრირება, ძველი ეგვიპტის, აცტეკების ან კოლონიური ამერიკის საკითხებზე გაზეთის შექმნით. ინგლისურის პედაგოგმა შეიძლება არჩიოს მოსწავლეებს დაავალოს პოდკასტის შექმნა, ვიდრე ვიდეოსი, რადგან რადიოში გადმოცემული ახალი ამბები უფრო გამომსახველობით ენას მოითხოვს, ვიდრე ვიდეოში ამბის მოთხრობა.

პედაგოგებს ასევე შეუძლიათ, მიაღებინონ მოსწავლეებს გამოცდილება პატარა პროექტებში მათი ჩართვით (მაგალითად, ჟურნალისთვის სარეკლამო რგოლის შექმნით), უფრო რთულ წარმოებებზე გადასვლამდე, რომლებიც მოიცავს გადაწყვეტილებებს სიტყვათა ფორმულირების, ხმის ტონის, ხმოვანი ეფექტების, მუსიკის, კვლევის, ფაქტების გადამოწმების და რედაქტირების შესახებ.

სანამ მოსწავლეები დაიწყებენ საკუთარი საინფორმაციო სიახლეების შექმნას, კარგი იქნება მათი ჩართვა აქტივობაში, რაც მათ დაეხმარება იმ პრობლემების გადალახვაში, რომელსაც ჟურნალისტები, ჩვეულებრივ, აწყდებიან. მაგალითად, საშუალო სკოლის დონეზე, მოსწავლეებისთვის ცნობადობის ასამაღლებლად, თუ როგორ მოქმედებს რედაქტირება ახალი ამბების შინაარსზე, აიღეთ ბეჭდვური ახალი ამბები (ან რადიოს ან სატელევიზიო სიუჟეტის ჩანაწერი, რაც არ აღემატება ერთ ნაებჭდ გვერდს და უკავშირდება თქვენს სასწავლო გეგმას) და მიეცით მოსწავლეებს რედაქტორის როლი. უთხარით, რომ მათ სჭირდებათ სიუჟეტის განახევრება, რათა საეთერო დროში ჩაეტიოს (ან საგაზეთო სვეტში). მნიშვნელოვანია, რომ სხვა მითითებები არ მისცეთ და ისინი მთლიანად თავისუფლები დარჩნენ არჩევანში, თუ როგორ შეამოკლებენ ინფორმაციას. დაყავით კლასი ოთხ-ხუთკაციან ჯგუფებად და

მიეცით მათ ათი წუთის განმავლობაში მუშაობის საშუალება (ახალი ამბები სწრაფი ტემპით მუშაობს). შემდგომი დისკუსიის დროს, ყურადღება გაამახვილეთ იმაზე, თუ რა კრიტერიუმებს იყენებდა თითოეული ჯგუფი ინფორმაციის შესამოკლებლად. მათ მიერ გაკეთებული რედაქტირებები ნაკლებად მნიშვნელოვანია, ვიდრე ის, თუ რა თქვეს ჯგუფის ინდივიდუალურმა წევრებმა, რათა დაეთანხმებინათ თანაკლასელები წინადადებაში რა დაეტოვებინათ და რა არა. დაასრულეთ დისკუსია იმის გათვალისწინებით, რომ ვერცერთი სიუჟეტი ვერ შეიძლება შეიცავდეს ყველა არსებულ ინფორმაციას ან გამოკითხული რესპოდენტის ყველა ფრაზას, ახალი ამბების რედაქტირება ყოველთვის ხდება და რედაქტირების შესახებ გადაწყვეტილებების მიღების მრავალი შესაძლო (და მოქმედი) კრიტერიუმი არსებობს. რაიმეს (ნებისმიერი) ცოდნა ახალი ამბის წყაროს ან პერსპექტივის შესახებ, დაეხმარება მოსწავლეებს გაიაზრონ, თუ როგორ შეიძლება იქონიოს გავლენა რედაქტირების კრიტერიუმებმა მათ მიერ ნანახზე ან მოსმენილზე.

კიდევ ერთი საგაკვეთილო იდეა გულისხმობს ლექსიკური არჩევანის შემჩნევას, თუ როგორ ცვლის ეს ამბის აღქმას. იმსჯელეთ ზმნებს შორის განსხვავებებზე, როგორიცაა- თქვა, ამტკიცებდა, აღნიშნა, აღიარა, , კამათობდა და ა.შ. სთხოვეთ მოსწავლეებს დაუკვირდნენ ევფემიზმების, სტილისტური კლასიფიკაციის, კოდური სიტყვების და განზოგადებების გამოყენებას (ანუ კონკრეტული ჯგუფების ნაცვლად, მთელი ჯგუფისთვის განცხადების ან მოქმედების მიკუთვნება, მაგალითად, „შავი საზოგადოება შეიარაღებულია...“)²¹ და განიხილონ, თუ როგორ აისახება ისინი მკითხველის ცნობიერებაში გაშუქებულ საკითხებსა და მოვლენებზე.

მოსწავლეებს, ასევე, შეუძლიათ კომენტარების განთავსებით ინტერნეტ ამბების ბლოგზე ან რედაქტორისთვის წერილების გაგზავნით და პასუხების მონიტორინგით, ჟურნალისტიკის ნამდვილი სამყარო შეიგრძნონ. ყველა ეს იდეა ხელს უწყობს მოსწავლეებს უკეთ გააცნობიერონ, თუ როგორ იქმნება და რედაქტირდება პროფესიონალურად მომზადებული ახალი ამბები, უყალიბდებთ ცოდნა და რეფლექსია სანდოობის, მიკერძოების, ეთიკისა და ეპისტემოლოგიის საკითხებზე.

მიმდინარე მოვლენების განხილვა

იმისათვის, რომ მოსწავლეები დაინტერესდნენ მიმდინარე მოვლენებზე გაზეთების წაკითხვით, პედაგოგებს ხშირად სჭირდებათ მიმართონ შემდეგ ზომებს: მოძებნონ სამი სტატია გაზეთში მიმდინარე მოვლენების შესახებ (ადგილობრივი, ეროვნული და საერთაშორისო), დაწერონ პატარა ბარათზე თითოეული მათგანის შეჯამება და წარუდგინონ კლასს. როდესაც სინდის ქალიშვილს სთხოვდნენ ამის გაკეთებას, იგი ყოველთვის პოულობდა უმოკლეს სტატიებს, გადაწერდა ინფორმაციას მისი გააზრების გარეშე და არც მას და არც სხვა მოსწავლეებს არ ახსოვდათ სტატიაში ნახსენები მოვლენების შესახებ. ასე რომ, მართალია, შედეგი იყო შესანიშნავი, მაგრამ შესრულებული დავალება მიზანს ნამდვილად არ ამართლებდა.

მედიაწიგნიერების გაუჯობესება იმავე დავალებისთვის შეიძლება შემდეგნაირად-თითოეულმა მოსწავლემ მოიძიოს სამი საგაზეთო სტატია ერთი და იგივე მიმდინარე მოვლენის შესახებ (სხვადასხვა გაზეთიდან), შეაჯამონ მიმდინარე მოვლენა სამივე სტატიაში მოცემული ინფორმაციის საფუძველზე (მათ შორის სათაურებიდან და თანდართული ფოტოებიდან მიღებული ინფორმაცია), წარუდგინონ კლასს ინფორმაცია ამ მოვლენის შესახებ და კომენტარი გააკეთონ წყაროების მსგავსებასა და განსხვავებებზე, თუ რა გზით აშუქებენ ისინი ამ მოვლენას. d.3.1.4, 2.2 ეს დავალება მოსწავლეებს ბევრად უფრო სიღრმისეულ გამოცდილებას სთავაზობს, რადგან მათ მოუწევთ ანალიტიკური და სინთეზური უნარების გამოყენება. ამ მიდგომას აქვს დამატებითი სარგებელიც, ემსახურება პარალელურ დავალებას, რომელიც ამზადებს მოსწავლეებს დოკუმენტებზე დაფუძნებულ კითხვებზე

პასუხის გასაცემად, რაც ხშირად გვხვდება სოციალურ კვლევებში.

მედიაწიგნიერების სიახლეებსა და მიმდინარე მოვლენებში ჩართვის კიდევ ერთი გზა არის ის, რომ მოსწავლეებმა გამოიყენონ საკვანძო კითხვები ახალ ამბებში, რომლებიც შექმნილია განსაკუთრებით ბავშვებისთვის. მაგალითად, ჟურნალებში Time for Kids, Weekly Reader და Nick News. უფროსკლასელებს, ასევე, შეუძლიათ მსგავსი შედარების გაკეთება საინფორმაციო საშუალებებში მოცემული ადგილობრივი ამბის შესახებ და მსგავსებათა და განსხვავებათა გამოვლენა სიუჟეტების გადმოცემის გზით.

