

SKRITA SPOROČILA

Ključno sporočilo/povzetek:

"Branje med vrsticami" je sposobnost, ki ljudem pomaga prepoznati skrita sporočila za vabljevimi besedili/video posnetki. S preučevanjem različnih besedil v tej vaji bodo udeleženci postali pozornejši in se naučili, kako odkriti drugo ali celo tretjo raven pomena. Sama vaja izboljšuje kritično mišljenje v zvezi z novicami in sporočili, ki jih širijo različni mediji ali družbeni mediji.

Modul	Velikost skupine	Starostna skupina	Trajanje
• Preventiva	• majhna	• 16 - 19 • 20 - 24	• 1 ura

Cilji

- odkriti verbalne in neverbalne načine, ki jih mediji uporabljajo za vplivanje na čustven odnos svojega občinstva proti tujcem/drugim narodnostim;
- prepoznati del v besedilu, ki spodbuja strah in jezo ali sovražnost do tujcev;
- seznaniti se z najpogosteje uporabljanimi strategijami/besedami/frazami, s pomočjo katerih mediji pridobijo našo pozornost;
- razlikovati med subjektivnimi in objektivnimi argumenti

Udeleženci

učenci, študentje, mladostniki

Opis dejavnosti

1. del

Korak 1 "Najdite vrstice, med katerimi boste brali," udeleženci delajo sami ali v majhnih skupinah.

Možnost 1: vsi udeleženci delajo z isto vrsto medijev (na primer: revije)

Možnost 2: skupinsko delo z različnimi vrstami medijev (TV, radijske oddaje, video igre, spletne strani, aplikacije ...)

Moderator poda navodila in nato zbere njihove odgovore na interaktivni tabli/na listni tabli/v Power Point predstavitvi.

Vprašanja:

1: Kateri strukturni elementi na prvi strani vam povedo, kaj je mišljeno, da bi se pogledalo

najprej? (naslovi, slike, vrh strani, prva zgodba pod pregibom, posebej širok stolpec)

2: Kateri strukturni elementi so namenjeni temu, da občinstvo spodbudijo, da odprejo

časopis/nadaljujejo s poslušanjem/igranjem igre? (kazalo, napovednik za ostale dele, zgodbe, ki se nadaljujejo na drugih straneh/v drugih delih, sklicevanje na povezane članke v drugem delu)

3: Kako se počutite po tem, ko to preberete/slišite/odigrate?

(strah, obup, krivdo, jezo, negotovost, nepopolnost, zavist, željo po še, občutek, da mi bo nekdo vzel nekaj, kar pripada samo meni...)

4: Ali naslovi/slike/besede vplivajo na vaše trenutno mnenje? Kako?

Rezultati raziskave v skupini se morajo navezati na idejo, da so mediji zasnovani na očitni ravni (Priloga 1).

Korak 2: Kje so me ujeli?

Vsak udeleženec označi besede in slike, ki

1. a) so vplivale na spremembo njegovega/njenega razmišljanja.

-

Korak 3: Preberimo še enkrat

Z uporabo strukture kritičnega branja (Priloga 2) gredo udeleženci še enkrat skozi isto besedilo/isti video in poročajo, kaj so ugotovili.

2. del

»**Dešifrirajte skrito**« daje udeležencem možnost, da se naučijo opaziti tehnike medijev in njihova ciljna občinstva (Priloga 3). V tretji vaji se udeleženci naučijo razlikovati med objektivnimi in subjektivnimi argumenti. Zadnja vaja udeležencem nudi priložnost za samorefleksijo: kaj v resnici vedo o tujcih in za katere stvari so se odločili, da bodo verjeli, da so resnične.

Naloga za delo v parih ali majhnih skupinah. Razpravo naj vodi moderator. Upoštevajte uvodni del (Priloga 3) in razpravo o cilju vsake tehnike.

Korak 1: Udeleženci naj izberejo eno ali več besedil in v njem/njih prepoznajo: a) namen, b) tehnike in c) ciljno občinstvo za vsakega izmed besedil.

Korak 2: Prosite udeležence, naj najdejo primere besedil, katerih ciljno občinstvo so mladi, ki so člani večinskega prebivalstva in so brezposelni ali zaposleni za določen čas. Glede na strukturo v Prilogi 3 udeleženci odgovorijo, kje vidijo tipične elemente.

ali

Korak 3: Udeleženci preberejo in primerjajo članek iz časopisa, ki ga izdajajo desničarske politične stranke, s časopisnim člankom, izdanim s strani levičarjev. Glede na strukturo v Prilogi 3 udeleženci zapišejo, kje vidijo tipične elemente, in odgovorijo na vprašanja:

1. a) Kako in v čem se članka razlikujeta? b) Kje so našli podobnosti?

Korak 4: Udeleženci odgovorijo, kaj zagotovo vedo o tujcu, ki živi v njihovi državi. (Napisati morajo tisto, kar zagotovo vedo, in ne, kar menijo, da vedo.)

Nato preberejo intervju s tujcem/migrantom ali zgodbo o njem. Po branju odgovorijo na spodnja vprašanja:

1. Kako se počutim po tem, ko sem to prebral?
2. Sem še vedno istega mnenja?
3. Kje lahko dobim še kaj več informacij?

Cilj zadnje naloge je preizkusiti, kako je besedilo vplivalo na čustva udeležencev in kako čustva vplivajo na njihove misli. Zadnje vprašanje je povezano s kritičnim ocenjevanjem, ki bo udeležence poučilo, kako vzpostaviti čustveno distanco in si izoblikovati mnenje na podlagi preverjenih dejstev.

Potrebni materiali

- Video igre, TV; radio, časopisi in revije
- Kopije prilog 1 in 2
- Kartice s študijami primera in nalogami
- Tabla za razprave

[Skrita sporočila \(izroček 1\)](#)

[Skrita sporočila \(izroček 2\)](#)

[Skrita sporočila \(izroček 3\)](#)

Metodologija

razprava, razgovor, analiza, delo z besedili in fotografijami, pridobivanje rezultatov iz vzorcev, vrednotenje in samorefleksija

Nasvet za trenerja

Udeleženci, ki imajo težave s samostojnim delom, lahko delajo s partnerjem, ki jim pomaga izboljšati njihov delovni proces. Vaja lahko izvajajo udeleženci sami ali v majhnih skupinah. Udeležence lahko spodbudite, da prinesejo besedila, ki jih najdejo izven učilnice in so povezana s tematiko. Koristno je imeti tudi kopije naslovnih drugih časopisov, da jih imajo udeleženci na razpolago.

Viri / Literatura

Prirejeno po: Chris M. Worsnop: Medijska pismenost skozi kritično mišljenje, učno gradivo, NW mediji za odličnost v medijski pismenosti, Urad nadzornika javnega pouka v državi Washington.



CC - Attribution-NonCommercial-ShareAlike
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>

SKRITA SPOROČILA. Pridobljeno na Sreda Julij 3, 2024 od <https://toolbox.ycare.eu/courses/YCARE546/>

<https://www.ycare.eu>

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Podpora Evropske komisije za pripravo te publikacije ne pomeni potrditve vsebine, saj le-ta odraža zgolj in samo stališče avtorjev; zato komisija ni odgovorna za kakršnokoli uporabo podatkov, ki jih ta publikacija vsebuje

