

# Поштовање

Ове недеље гледамо на поштовање кроз сочивовести медија. Ученици ће размишљати о порукама које добијају од медија и процењивати огласе и друге изворе вести како саопштавају поруку, показују поштовање (или непоштовање) и процењују како да буду паметни потрошачи медија.

Започните јединицу са целом лекцијом у разреду, а затим покушајте да завршите најмање две мини лекције са својим ученицима током целе недеље. Свака мини лекција је дизајнирана да представи елементе главне лекције на нове и занимљиве начине.

## Главна лекција

Лекција за цео  
разред  
30 минута

START  
HERE

### Процена медијских порука за поштовање

Ова лекција нуди ученицима прилику да процене типове порука које чују у медијима или путем реклама и утврде да ли су поруке поштоване. Ова лекција их такође учи мало о медијској пристрасности и како медији користе различите стратегије да шаљу поруке и утичу на потрошаче. (Види страницу3 за детаље о лекцији.)

## Мини лекције

За мале групе  
15 минута



### Лажне вести: Шта је то и зашто је то проблем?

Нека ученици разговарају о термину „лажне вести“. Питајте их шта су чули о томе и шта мисле да је то. Питајте ученике, дизањем руку, да ли мисле да могу препознати разлику између аправе вести и лажне вести.Тхен, послушајте следећи интервју или нека прочитају чланак: [Студија Станфорда открила је да је већина студената подложна лажним вестима](#) (око 4 минута)

Користите следећа питања као почетак дискусије:

- Дакле, ако је оно што смо чули истина (а долази из веома поузданог извора!), око 80% испитаних студената није могло да направи разлику између лажних вести и правих вести. Да ли мислите да су људи који деле лажне приче и информације проблем и зашто?
- Како можете рећи да ли је нешто стварно или измишљено када то видите у медијима или на мрежи? (Размислите о различитим предрасудама о којима сте научили у примарној лекцији.)
- Како је писање и дељење истинитих информација повезано са поштовањем?

Ако имате времена, можете дати ученицима да полажу“[Можете ли уочити квиз наслова лажних вести](#) са вести Првог канала. (Могли бисте то чак и да урадите као разред.)

**За партнере**

15 минута

**Љубазност у вестима**

Није свака вест о непоштовању и полуистини! Постоје многе вести које одражавају љубазност и поштовање. У партнерима, проведите неко време данас на рачунару, таблете или телефоне истражујући љубазност у вијестима које можете подијелити са већим разредом. Посетите [Веб страница Глобал Невс Рандом Ацтс оф Кинднесс](#) и читајте или гледајте вести које вас занимају. Водите белешке, а затим будите спремни да заједно поделите причу коју сте прочитали/гледали са већом групом. (Ученици такође могу да користе новине или унапред штампане чланке ако коришћење онлајн чланака није опција.)

**За појединце**

15 минута

**Упит за часопис: Где да добијем своје информације?**

Где да добијем своје информације? Како могу да знам да ли су поруке које чујем истините? Како је тражење истине у информацијама повезано са поштовањем?

**Фокусирано на технологију**

15 минута

**Љубазност у друштвеним медијима**

Покажите следећи 5 1/2-минутни видео снимак о томе како дигитални друштвени медији обликују начин на који добијамо наше вести: [Ми гласачи - медијаократија](#)

Водите дискусију у великој или малој групи користећи следеће покретаче дискусије:

- Како друштвени медији могу проширити наш поглед на свет и мишљења и смањити их?
- Платформе друштвених медија, као што је Фацебоок, користе алгоритме да би вас задржали на њиховој веб локацији. Да ли сте знали да вам алгоритми можда манипулишу? Шта мислите о томе?
- Шта треба да урадите пре него што поверујете у нешто што прочитате на мрежи или то поделите са другима?

# Процена медија

## Поруке за поштовање

Ова лекција нуди ученицима прилику да процене типове порука које чују у медијима или путем реклама и утврде да ли су поруке поштоване. Ова лекција их такође учи мало о медијској пристрасности и томе како медији користе различите стратегије за слање порука и утицај на потрошаче.

### Временски оквир лекције

30 минута

### Потребни материјали

- ❑ Паметна табла за пројектовање слика или штампане материјале са сликама

### Мапа стандарда

Ова лекција је усклађена са ЦАСЕЛ компетенцијама, националним стандардима здравственог образовања, стандардима Међународног друштва за технологију у образовању, када је применљиво, и заједничким основним државним стандардима. Молимо погледајте на [Мапа стандарда](#) за више информација.

### Циљ лекције

Ученици ће:

- Оцените медијске поруке кроз сочиво поштовања
- Идентификујте елементе пристрасности у медијским порукама

### Веза са наставником/негу самога себе

На крају крајева, на нама је како ћемо показати поштовање према себи и другима. Али, на нашу способност да то урадимо може утицати много ствари, укључујући културу, политику, медије и наше сопствене предрасуде о томе ко смо и шта поштујемо. Ове недеље одвојите време да приметите шта утиче на вашу способност да поштујете себе и друге, а затим се запитајте: „Да ли је то истина?“ и „Ко стоји иза ове поруке?“ Ако читате школску политику о поштовању, онда је вероватно да је истинита и написана имајући на уму најбољи интерес свих. Осим тога, извор који стоји иза поруке, особље, администрација, школски одбор и/или школске породице, је поуздан ауторитет. Али, ако су поруке које стеprimaње утицаја како гледате и поштујете себе или другесу из медијима или личним предрасудама, запитајте се да ли су истините и одакле потичу. Можда ћете открити нешто лажно што негативно утиче на вашу способност да покажете поштовање. Ако је то случај, притисните дугме за ресетовање и процените како можете да побољшате своју способност игноришите буку и уместо тога дајте и примите поштовање.



## Објави

5-7 минута

До сада смо у јединици за поштовање говорили о комуникацији са поштовањем. Разговарали смо о томе како да поштујемо начин на који шаљемо поруке и начин на који слушамо и примамо поруке. Ове недеље ћемо причати о томе како медији шаљу поруке.



## Инспире

15 минута

Да ли сте икада приметили како ће различите новинске станице или куће покривати исте приче или питања, али на веома различите начине? Или, како неки наслови, слике или натписи делују обмањујући или непоштовајући у поређењу са другима? Позовите ученике да поделе ако имају конкретне примере.

Добро! Ово се зове **медијска пристрасност**. То је када медиј покушава да утиче на нас кроз избор речи, кроз слике, кроз пласирање приче (мислите на вести на насловној страни у односу на закопано на страни 8), и кроз оно што је укључено и искључено.

Ево примера: Прикажи „[Дове Еволутион](#)” снимак који приказује модел бићефотошоп за билборд. Ако не можете да прикажете снимак у школи, пронађите фотографије пре и после фотошопа на мрежи и одштапајте их. Или, покажите слику коју сте снимили иу оригиналном облику, а затим у уређеној верзији (чак и апликација за филтер на паметном телефону може драматично да промени начин на који слика изгледа).

Дакле, шта су урадили у клипу (или слици) који смо управо видели? Шта мислите зашто су ово урадили? Позовите ученике да одговоре. У примеру Дове-а, одговори ће се вероватно усредсредити на продају производа, утицај на оно што људи виде као „лепо“ итд.

Колико често то радимо сами? Колико вас је икада уређивало слику? Или, колико вас је, када желите нешто од својих родитеља или старатеља, пажљиво бирало речи, или је можда изоставило неке информације, или чекало одређено време да упуту захтев (када си знао да су твоји родитељи уморни или расејани и да не би постављали много питања)? Постоје тренуци када сви користимо неку врсту пристрасности да пренесемо поруку како бисмо добили оно што желимо. Ипак, размислите мало: да ли је ово поштен и поштен начин комуникације?



## Оснажити

15 минута | Две опције

### Опција А:

Данас ћемо испитати рекламне и друге медијске поруке за речи, слике и слогане који помажу у стварању значења, а затим утврдити да ли порука поштује нас као потрошаче, компанију и производ. Начин на који порука може бити непоштовање је ако користи негативност за продају или промоцију производа, места, услуге или идеје. Или, ако приказује људе на негативан или понижавајући начин (на пример, коришћење женских тела за продају производа).

Проведите неко време пролазећи кроз [часописи, новине, онлајн наслови, итд. *Изаберите медиј којем имате приступ; доношење новина или часописа из библиотеке је опција, или можда постоји залиха часописа коју имате код куће коју можете понети или радна соба за особље може имати неке које можете да позајмите*]. Пронађите оглас, наслов, слику која вам привуче око и онда је процените. Шта је порука? Да ли поштује тему? Поштовање од вас читаоче? Који је тон иза речи које користе? Које су саме речи и да ли постоји скривена порука? Које слике или други визуелни прикази помажу у слању поруке и да ли показују поштовање?

Запишите шта сте приметили о огласу, наслову или слици коју сте изабрали и будите спремни да поделите медије и своја запажања са разредом.

### Опција Б:

*Ова опција би могла бити најприкладнија ако се ова јединица спроводи током изборне године када је вероватно да ће студенти видети бројне политичке огласе, од којих су многи без поштовања. У идеалном случају, огласи које процењујете биће огласи које видите у својој заједници.*

Данас ћемо испитати политичке поруке које видимо, посебно током изборне године. Вероватно сте приметили да током изборне године када људи гласају за чланове владе можете добити много маилова који или подржавају кандидата или занемарују кандидата. Исто важи и за ТВ рекламе и билборде. Поруке су свуда! И многи од њих су непоштовани, неистинити или искривљени.

Процијенићемо неколико политичких огласа и утврдити да ли шаљу поруку с поштовањем или поруку без поштовања и зашто и како.

*Најбоље је ако их можете пројектовати на табли да их сви виде; ако то није могуће, штампање и дељење примера групама ће такође функционисати. Ово може бити активност велике групе или активност мале групе. Ако има времена, могли бисте да замолите ученике да поново направе оглас са позитивним обртом (ако је првобитно негативан) или негативним обртом (ако је првобитно позитиван) да искусе колико је то лако учинити!*

Оглас #1:

**STEVE YATES**  
**LEARN THE TRUTH ABOUT HIM**

**MYTH:** According to Yates' own propaganda, he "will use his business experience to create good-paying jobs..." and "bring the creativity and discipline of business to make government run more efficiently..."

**REALITY:** The true status of Steve's failed business, according to his wife, Diana

Steve and I need help  
He lost his last paying client  
Steve's business has failed  
we have been trading water ever since  
other than help from our Bishop  
Steve desperately needs a regular job  
I am starting to worry that we will lose our house  
Things don't look good

\* Multiple sources confirm.

**WHAT ELSE IS STEVE HIDING?**  
On May 15, say **NO** to Steve Yates!

IDAHOANS FIGHTING CORRUPTION  
www.IDAHOANSFIGHTINGCORRUPTION.org

PSRT STD  
U.S. Postage  
PAID  
Idaho Falls, ID  
Permit No. 209

(Извор: Цлаитон Црамер, "[Ново ниско у политичким огласима у Ајдаху](#)")

Замолите ученике да процене следеће:

- С поштовањем или без поштовања?
- Зашто?
- Које речи се користе које вам говоре да је то поштовање/непоштовање?
- Које слике или информације се користе које вам говоре да је то с поштовањем/непоштовањем?
- Одакле је дошла ова информација?
- Које информације вам недостају?
- Да ли бисте веровали овој поруци? Зашто или зашто не?

Оглас #2:

**John Doe will protect taxpayer dollars.**

**VOTE JOHN DOE** on Nov 8

Paid for by Federal Election Committee PAC. Not authorized by any candidate or candidate's committee. [www.fec.web](http://www.fec.web)

(Извор: НПР, “[Како тајни новац расте на изборима. ФЕЦ сматра малим кораком за транспарентност](#)”)

Замолите ученике да процене следеће:

- С поштовањем или без поштовања?
- Зашто?
- Које речи се користе које вам говоре да је то поштовање/непоштовање?
- Које слике или информације се користе које вам говоре да је то с поштовањем/непоштовањем?
- Одакле је дошла ова информација?
- Које информације вам недостају?
- Да ли бисте веровали овој поруци? Зашто или зашто не?



## Одрозити

5-7 минута

Као разред, нека ученици процене поруке које су приметили и о којима су разговарали. Да ли су били у великој мери поштовани? Непоштовање? Да ли је било довољно информација да би се порука у потпуности разумела? Ако не, зашто мислите да користимо ову врсту оглашавања за слање порука? Шта се надамо да ће потрошачи учинити (или неће)?

Запамтите, поруке које добијамо од медија обично су само напола истините. Не ради се о томе да они конкретно лажу, али користе различите стратегије (слике, речи, тон, искључивање информација, ометање) како би изоставили информације. Те информације су потребне за доношење потпуно информисане одлуке. Напорно се трудите да игноришете поруке без поштовања у нашим медијима и да будете критични према свим медијима, чак и када изгледају поштовани. Увек постоје две стране које треба размотрити и, ако оглас продаје производ, обично постоји више питања која можете поставити да бисте разумели на шта они желе да купите. Понекад, када научите све што можете да научите о производу или услузи, то заправо није вредно вашег времена и новца.