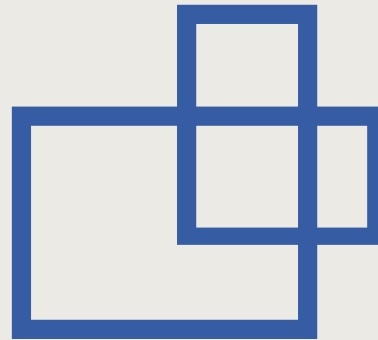


**DIDELI
MAŽI
EKRANAI**



Projektą
vykdo:



Projekto
partneris:



MEDIJŲ RAŠTINGUMAS: GALUTINIS TIKSLAS AR BESITĘSIANTI KELIONĖ?

Kalbėdama apie raštingumą, UNESCO teigia: „Raštinga visuomenė – tai dinamiška visuomenė, diskutuojanti ir besikeičianti idėjomis. Neraštingumas, priešingai, yra kliūtis kurti geresnę gyvenimo kokybę ir netgi gali paskatinti atskirtį bei smurtą.“¹ Kadangi esame tarpusavyje susijusių asmenų bendruomenė, neišvengiamai didžiąją mūsų veiklų dalį sudaro tarpusavio bendravimas, keitimasis požiūriais, mintimis ir jausmais. Ko gero, daugelis sutiks, kad žmonijos komunikacija niekuomet neapsiribojo sakytine ar rašytine kalba – įvairūs nežodiniai garsai, veido išraiškos, lytėjimas, gestai visad buvo neatsiejama bendravimo dalis.

Besivystančios technologijos atvėrė dar didesnes įvairialypio bendravimo (multi-modalinės komunikacijos) galimybes: istorijas vieni kitiems pasakojame ne tik iš lūpų į lūpas, bet ir knygoje, filmuose, virtualios realybės kino kūriniuose bei kitur, reklamas matome ne tik gatvėse ar laikraščiuose, bet ir televizorių ekranuose, internete, žaidimus žaidžiame kartu, tačiau sėdėdami prie skirtingų kompiuterių, nuotraukomis, vaizdo ir garso įrašais keičiamės socialiniuose tinkluose, televizijos laidas galime stebėti internetu ir t. t. Natūralu, kad, didėjant bendravimo būdų įvairovei, raštingumo samprata irgi plečiasi, taip pat vis dažniau pradedamos vartoti medijų raštingumo ir medijų edukacijos sąvokos. Vienas iš pirmųjų tarptautinių dokumentų, kuriame paminėtas medijų edukacijos terminas, – 1982 m. UNESCO Griunvaldo deklaracija dėl medijų edukacijos.² 2008 m. rezoliuciją dėl medijų edukacijos skaitmeniniame pasaulyje paskelbė Europos parlamentas³, o 2017 m. „Penkis medijų ir informacinio raštingumo dėsnius“ apibrėžė UNESCO.⁴ Nuo 2011 m. ES veikia Europos Komisijos medijų raštingumo ekspertų grupė, kurios vienas iš tikslų yra „atrasti, skelbti, dokumentuoti ir plėsti gerąsias medijų raštingumo praktikas“⁵.

Svarbu pabrėžti, kad nė viename iš paminėtų dokumentų nesiekama įtvirtinti vienintelio ir nekintančio medijų raštingumo apibrėžimo. EK medijų raštingumo ekspertų grupė netgi teigia: „medijų raštingumas“ skirtingoms valstybėms reiškia skirtingus dalykus ir suinteresuotas šalis. Be to, ši sąvoka yra dinamiška ir kintanti drauge su technologijomis bei visuomene“. Todėl, kalbant apie medijų raštingumą, yra svarbu atsižvelgti į skirtingus įvairiuose dokumentuose ir teoretikų bei praktikų darbuose ir pasisakymuose siūlomus apibrėžimus, pastebėti jų dialogą, dermę ar prieštaravimus, atsparumą laiko tėkmei. Šioje metodinėje medžiagoje, remdamiesi vienu iš labiausiai pripažintų Europos medijų raštingumo ekspertų Roberto Fergusono,

Davidu Buckinghamo, Cary Bazalgette ir kitų idėjomis, medijų raštingumo sampratą suvokiame kaip asmens gebėjimą būti ir veikti pasaulyje, samprotaujant apie kitų asmenų sukurtus įvairių medijų tekstus (rašytinius, garso, judančių ir nejudančių vaizdų), kuriant ir dalinantis savaisiais. Tokiam asmeniui gebėjimas naudotis technologijomis (skaitmeninis ar technologinis raštingumas) tėra tik priemonė, padedanti kurti, skleisti, dalintis, gauti ir suvokti kitų žinutes bei kūrinius, bet ne galutinis tikslas. Tačiau medijų raštingumo taip pat neturėtume vertinti kaip baigtinio rezultato, nes tai procesas – nesibaigianti kelionė po savo ir kitų pasaulius. R. Fergusonas teigia dar griežčiau: „raštingumas turėtų būti šalutinis ugdymo proceso produktas, bet ne pagrindinis tikslas“⁶. Todėl turėtume ne siekti užpildyti mokinių medijų raštingumo spragas, o tiesiog kartu su jais tyrinėti mus supančią aplinką – ekranuose ir už jų. Remiantis tokia samprata, medijų raštingumą yra netgi sudėtinga suvokti tik kaip dar vieną bendrąją kompetenciją, kadangi jis yra neatsiejama komunikavimo, kultūrinio sąmoningumo, kūrybiškumo, socialinės pilietinės ir kt. bendrųjų kompetencijų dalis.

Atsižvelgiant į šiuolaikinį kontekstą, mokykla neturėtų būti vakuuminė terpė, apribota saugumo ir drausmingo elgesio instrukcijomis. Turime išdrįsti atverti jos duris kasdieniniam vaikų ir jaunimo pasauliui, kuriame itin svarbų vaidmenį atlieka audiovizualinės, judančių vaizdų medijos – tik taip kursime erdvę mokyklos ir laisvalaikio aplinkos, aukštosios ir populiariosios kultūros, skirtingų kartų ir, žinoma, mokytojo ir mokinio dialogui. Juk žinodami, iš ko renkasi mokiniai, galėsime kartu su jais aptarti ir įvardyti pasirinkimo kriterijus; tik kartu su jais žiūrėdami tai, ką žiūri jie, galėsime jiems pasiūlyti pažiūrėti ir tai, ką vertiname mes; tik lydėdami juos kūrimo procese, visi kartu atrasime naujas saviraiškos ir bendravimo galimybes. Žinoma, tai iššūkis mokytojui. Tačiau verta sau vis priminti, kad medijų raštingumas – tai ne galutinis tikslas, o besitęsianti kelionė, kurioje mokytojas yra ne visažinis gidas, bet tyrinėtojas, mokiniai – jo tyrėjų komanda, svarbiausi įrankiai – ne atsakymai, bet klausimai, o reikšmingiausi atradimai – besiplečiančios pasaulio ribos bei galybės bendrauti ir suprasti kitą.

Šią kelionę pradedame pirmiausia atkreipdami dėmesį į judančius vaizdus, kurie yra neatsiejama daugumos iš mūsų, ypač jaunimo, kasdienybės dalis, tačiau ugdymo procesuose bene labiausiai apleista, nustumta į „laisvalaikio“, „nerimto užsiėmimo“ paraštes. Siekdami sumažinti šią spragą, telkiamės į kiną, televiziją, kompiuterinius žaidimus, reklamą ir socialinius tinklus, mezgame dialogą tarp skirtingų judančių vaizdų ir kitų medijų formų. Tai darome siekdami ugdyti XXI amžiaus gebėjimus, vadovaudamiesi požiūriu, jog raštin-

gas žmogus turi gebėti ne tik skaityti ir kurti rašytinius, bet taip pat ir garso, nejudančių bei judančių vaizdų tekstus. Todėl į ugdymo programas vertėtų integruoti įvairių medijų tekstus, jų analizės bei kūrimo užduotis.

PROJEKTAS „DIDELI MAŽI EKRAŅAI“

Projektą „Dideli maži ekranai. Medijų raštingumas Lietuvos mokyklose“ vykdo Britų taryba ir VŠĮ „Meno avilys“ kartu su Ugdymo plėtotės centru. Jis yra Britų tarybos kultūrinių ryšių programos, vykdomos visose trijose Baltijos šalyse, dalis.

Projektu siekiama ugdyti Lietuvos mokytojų ir vyresniųjų klasių mokinių medijų raštingumą. Ypatingas dėmesys kreipiamas į audiovizualines medijas ir mokiniams patrauklius medijų produktus (TV laidas, filmus, reklamas, kompiuterinius žaidimus, socialinius tinklus).

Projekto tikslai:

- Projekte dalyvaujantiems mokytojams ir mokiniams suteikti žinių apie medijas ir ugdyti jų medijų raštingumo gebėjimus;
- Ugdyti projekto dalyvių kritinį mąstymą, komunikacinius gebėjimus ir kūrybiškumą;
- Priartinti mokymosi procesą prie kasdienės mokinių aplinkos bei pomėgių ir, atvirkščiai, išnaudoti mokinių susidomėjimą vizualiąja kultūra, sužadinant jų motyvaciją mokytis.

METODINĖ MEDŽIAGA

Struktūra

Projekto „Dideli maži ekranai“ metu parengtą metodinę medžiagą rekomenduojame medijų raštingumu besidominantiems formaliojo ir neformaliojo vaikų ir jaunimo ugdymo atstovams, socialiniams pedagogams, psychologams, bibliotekininkams ir kitiems. Metodinę medžiagą sudaro penkios dalys, skirtos penkioms medijų formoms ir sritims: kinui, reklamai, socialiniams tinklams, televizijai ir kompiuteriniams žaidimams. Kiekvienoje dalyje pateikiamas su konkrečia medijų sritimi trumpai supažindinantis įvadas ir dviejų atvejų analizė. (Pavyzdžiui, televizijai skirtą metodinę medžiagą sudaro įvadas, TV žinių ir TV serialo „Keisti dalykai“ analizės atvejai.) Kiekvieną atvejį lydi pamokos planas, kuriame pateikiamos mokiniams skirtos analizės ir kūrimo užduotys (atliekamos klasėje arba namuose). Nuorodas ir patarimus, kur ir kaip pasižiūrėti metodinėje medžiagoje analizuojamus kūrinius (atvejus), rasite atvejo analizės pradžioje. Kiekvienai medijų sričiai būdingi terminai yra paryškinti ir paaiškinami metodinės medžiagos žodynėlyje.

Kaip ja naudotis?

Pasirinkus Jus dominančią medijų sritį, siūlome perskaityti su ja supažindinantį įvadą ir vieno ar dviejų atvejų analizę, taip pat peržiūrėti juose analizuojamus kūrinius. Įvadu ir atvejo analize siekiama pagilinti mokytojo žinias apie konkrečią medijų sritį ir kūrinius (atvejus), suteikti naujų idėjų jų interpretacijai ar tiesiog priminti specifines sąvokas ir pan. Atkreipiame dėmesį, kad išdėstyti visos šiose dalyse perskaitytos informacijos mokiniams nėra būtina. Atsižvelgiant į jų amžių, gebėjimą sutelkti dėmesį, pomėgius ir poreikius, siūlome mokiniams pateikti glaustą jos santrauką. Vienam atvejui rekomenduojame skirti vieną dvi pamokas. Ruošdamiesi pamokai, galite remtis kiekvieno atvejo pabaigoje pateikiamu pamokos planu, tačiau nuosekliai jo laikytis nėra būtina. Įvertinę savo klasės ypatumus, galite keisti užduočių seką, jas adaptuoti, įtraukti naujų, sukeisti klasės ir namų užduotis vietomis ir t. t. Rekomenduojame derinti analizės ir kūrimo užduotis, užtikrinant nuolatinę kūrimo ir refleksijos procesų sąveiką.

NB Medijų raštingumo pamokas rekomenduojame pradėti metodinėje medžiagoje pateikiamomis kino pamokomis. Jų metu susipažinsite su kino kalbos terminais, kurie taip pat bus itin naudingi pamokose apie kitas medijų sritis.

Linkime įdomių ir įkvepiančių pamokų. Tegul dideli ekranai tampa asmeniški, o maži – atveria plačias minčių ir jausmų erdves.

Projekto „Dideli maži ekranai“ komanda

-
1. <http://www.unesco.org/new/en/education/themes/education-building-blocks/literacy/>
 2. http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF
 3. <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+COMPARL+PE-409.761+01+DOC+PDF+V0//EN&language=EN>
 4. <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/five-laws-of-mil/>
 5. <http://ec.europa.eu/transparency/regexpert/index.cfm?do=groupDetail.groupDetail&groupID=2541>
 6. Gutiérrez Martín, Alfonso; Hottmann, Armin. Democracy, Multimedia Literacy and Classroom Practice. Mondial Verlag, 2002, p.11.

SOCIALINIAI TINKLAI

Metodinę medžiagą parengė:
Dovilė Grigaliūnaitė
Rūta Binkytė-Sadauskienė
Konsultantė: Dr. Dalia Čiupailaitė

Projektą
vykdo:



SĄVOKA

Socialiniai tinklai, tokie kaip „Facebook“, „Twitter“, „Youtube“, „Instagram“ ir kt., šiandien yra ir kasdienio gyvenimo, ir platesnių interneto kultūros ar naujųjų medijų kultūros pokyčių dalis.

Sąvoką „socialiniai tinklai“ (anglų k. *social networking sites*) 2007 m. suformulavo interneto tyrinėtojos Nicole Ellison ir Danah Boyd. Socialinius tinklus jos apibrėžė kaip interneto paslaugas, leidžiančias asmenims sukurti viešą arba pusiau viešą profilį apibrėžtoje sistemoje, sudaryti sąrašą vartotojų ir palaikyti su jais ryšį, žvalgytis po savo ir kitų, su kuriais užmegztas ryšys, profilius.

Padidėjęs socialinių tinklų vaidmuo kasdieniame gyvenime susietas su WEB 2.0 ir socialinių medijų suklesėjimu, apvertusiu tradicinį kūrėjo ir vartotojo santykį. Anksčiau būdingą profesionalų kūrėją bei vieną transliuotoją pakeičia interneto vartotojų bendruomenė. Vartotojai individualiai kuria turinį ir juo dalinasi (pvz., „Youtube“) arba kuria turinį kartu (pvz., Vikipedijoje). Socialinių medijų kultūrai būdingas vartotojų tapimas kūrėjais, bendradarbiavimas, dalinimasis, tad kuo daugiau žmonių prisijungia prie interneto socialinio tinklo, tuo jis sėkmingesnis.

SOCIALINIŲ TINKLŲ RAIDA IR FUNKCIJOS

Socialiniai tinklai gali būti laikomi bendravimo internete forma. Bendrauti skirti vartotojų tinklai internete ėmė rasti nuo plačiajai visuomenei prieinamo interneto vartojimo pradžios. Tuo metu jie buvo vadinami virtualiosiomis bendruomenėmis, kurios buvo kuriamos bendrų interesų pagrindu. Bendraujama buvo elektroniniais laiškais, forumuose, taip pat pirmosiose žaidimų svetainėse (MUD – *multi user dungeons*), kurios panėšėjo į bendrai rašomas knygas – internetas tuomet buvo grįstas tekstu. Vėliau tekstą papildė ir iš dalies pakeitė aukšto lygio grafinės vizualizacijos, nuotraukos, filmuoti vaizdai ir grafinės komunikacijos priemonės, tokios kaip *emotikonai*, *stikeriai*, *giffai*. Bendravimas socialiniuose tinkluose taip pat keitėsi: jis vis dažniau palaikomas ne tiek specifinio intereso, kiek asmeninių pažinčių pagrindu. Pirmoji socialinių tinklų svetainė SixDegrees.com buvo sukurta 1997 m., tačiau įprastą vartojimo kultūrą pakeitė 2002 m. sukurta „Friendster“ svetainė. Joje galėjai pakviesti prisijungti savo draugus ir pažįstamus, susikurti draugų ratą. Pradžioje dauguma socialinių tinklų buvo skirti norintiems susipažinti (Lietuvoje

buvo draugas.lt, banga.lt), vėliau pastebėta, jog vartotojai, užuot ieškoję naujų pažinčių, mieliau jungiasi su tais pačiais draugais ir pažįstamais, su kuriais bendrauja ir realiame gyvenime. Atliepdami vartotojų poreikius, socialiniai tinklai ima įgauti vis daugiau funkcijų, todėl sudėtinga juos klasifikuoti į apibrėžtas grupes. Pastebima, jog šiuo metu jie kuriasi ir asmeninių pažinčių, ir tam tikrų interesų pagrindu. Socialiniai tinklai primena didžiulius miestus, kuriuose galima rasti įvairiausių grupių, juos naudojančių skirtingais tikslais. Pavyzdžiui, fanų bendruomenės „Tumblr“ tinkle kuria memus, atskleidžiančius jų požiūrį į „Facebook“ svetainę, pabrėžiančius, jog anoniminiai sekėjai „Tumblr“ tinkle jiems reikšmingesni negu pažįstamų sąrašas „Facebook“.

SOCIALINIŲ TINKLŲ VAIDMUO

Kaip ir kitos komunikacijos priemonės, jie padeda palaikyti ryšius per atstumą, kartu informuoja apie vykstančius įvykius. Pavyzdžiui, socialinis tinklas „Facebook“ yra tapęs ir naujienų tarnyba, ir parduotuve, ir pramogų medija, ir įvykių / renginių kalendoriumi, ir asmeninio bendravimo erdve. Tačiau socialinių tinklų vartojimas kelia daug klausimų, susijusių su viešo ir privataus gyvenimo ribų paisymu, savęs pateikimu, poveikiu bendravimui. Pavyzdžiui, viena garsiausių interneto tyrinėtojų Sherry Turkle, interneto eros pradžioje labai pozityviai rašiusi apie dalyvavimą virtualiosiose bendruomenėse ir jų teikiamas galimybes kūrybiškai kurti alternatyvius tapatumus, šiuo metu kritikuoja socialinių medijų veikiamą mūsų bendravimą. Turkle požiūriu, socialiniai tinklai ir kitos socialinės medijos, kaip ir jų prieinamumas išmaniaisiais telefonais, kuria priklausomybę ir naujus bendravimo modelius. Turkle manymu, dalyvaujant tinkluose, apmaldoma vienatvės baimė ir jausmas, kad niekas tavęs nesiklauso, bet kartu skatinama vengti tiesioginio pokalbio. Garsus sociologas Zygmuntas Baumanas, kaip ir su juo dirbęs Leonidas Donskis, kritikuoja tinklinę draugystę, ją įvardindami kaip paviršutinišką, abejoja tinklų galimybėmis plėtoti dialogą. Kita vertus, dalyvavimas tinkluose reiškia dalyvavimą globalinėje komunikacijos erdvėje: „Twitter“, „YouTube“, „Facebook“ svetainėse pateikus pasaulio ir vietinės naujienas iš karto apie jas imama diskutuoti. Įvykiai vartotojus pasiekia ir yra aptariami greičiau negu tradicinėmis žiniasklaidos priemonėmis. Taip socialiniai tinklai tampa viešąja erdve, kur vyksta politinės diskusijos, pateikiamos skirtingos pozicijos ir į jas greitai reaguojama. Tačiau taip pat juose galima apsiriboti ir bendrauti tik apibrėžtuose ratuose,

kontroliuojant, su kuo bus komunikuojama. Kritikai dažnai įspėja apie socialiniuose tinkluose susidarančius „informacijos burbulus“, kuriuose įkalinti vartotojai gauna tik vienpusišką informaciją. Šį reiškinį iš dalies lemia socialinių tinklų algoritmas, naują turinį siūlantis pagal esamus vartotojo interesus ir preferencijas. Efektas dar labiau sustiprėja dėl natūralios psichologinės tendencijos ieškoti patvirtinimo savo jau turimiems įsitikinimams. „Informacijos burbulai“ tampa ypač žalingi, socialinių tinklų dalyviui įsisukus į netikros informacijos, sąmokslų teorijų vartojimo ratą, ir kai kuriais atvejais gali lemti radikalizaciją, veikti realiame gyvenime priimamus sprendimus.

Socialiniai tinklai atlieka panašias funkcijas kaip ir ankstesnės tradicinės žiniasklaidos priemonės, tačiau jas sustiprina. Pvz., dar 1948 m. komunikacijos sociologai Mertonas ir Lazarsfeldas paaiškino, jog medijos suteikia statusą tam, kas į jas patenka. Tai atsiskleidžia ir socialiniuose tinkluose, mat čia iškyla nuomonių lyderiai, renkantys sekėjų gretas. Sekėjai tampa naujuoju kapitalu (ištekliais / valiuta), o patys tinklai – ir kontrolės, priežiūros erdvė, kurioje lengva sugriauti asmens reputaciją.

Tariant apibendrintai, socialiniai tinklai šiuo metu persmelkia mūsų kasdienę tikrovę, papildo ir keičia žmonių bendravimą, etikos sampratą, saugumo, susieto su asmeninės informacijos skleidimu, klausimus. Į socialinius tinklus atsinešame visas savo žmogiškąsias savybes ir socialinių ryšių principus. Tad esame atsakingi už tai, kaip priimame technologijas ir pasitelkiame jas savęs ir kultūrų pažinimui, idėjų sklaidai.