

SCENARIUSZ LEKCJI WYCHOWAWCZEJ

Temat: Jak bronić się przed negatywną informacją pochodzącą z mediów?
(Jak informacja negatywna wpływa na samopoczucie odbiorcy i jego nastawienie do drugiego człowieka?)

I. Cele ogólne:

1. Edukacja medialna.
2. Przeciwdziałanie negatywnemu wpływowi mediów na rozwój człowieka.
3. Kształtowanie postawy selektywnej i krytycznej ucznia wobec przekazu medialnego.

II. Cele szczegółowe:

1. Ukazanie pozytywnego i negatywnego wpływu mediów na życie człowieka.
2. Uświadomienie roli i funkcji mediów.
3. Kształtowanie umiejętności krytycznej analizy i oceny przekazów medialnych.
4. Kształtowanie umiejętności rozpoznawania niebezpieczeństw płynących z kontaktu z negatywną informacją medialną.
5. Dostarczenie wskazówek jak radzić sobie z negatywnym wpływem informacji odbieranych z mediów.

III. Czas trwania zajęć: jedna jednostka lekcyjna

IV. Metody i formy pracy: miniwykład, burza mózgów, dyskusja, rozmowa kierowana, praca w grupach

V. Środki dydaktyczne: kartki papieru, flamastry, masa mocująca

VI. Przebieg lekcji

1. Wprowadzenie do tematyki zajęć, przedstawienie celów – miniwykład nauczyciela (7 min.)

Aktualnie jesteśmy świadkami dynamicznego rozwoju mediów (możemy nawet mówić o „rewolucji medialnej”) – zwłaszcza elektronicznych: TV, Internet, telefonia komórkowa, itd. Szczególnie łatwo zaobserwować ten proces na przykładzie telewizji: kolor, wyostrenie przekazu, zwiększenie ilości kanałów, zaistnienie telewizji satelitarnej i cyfrowej. Podobny dynamizm daje się zauważyć na rynku prasy – nastąpił burzliwy rozwój oferty (nowe tytuły, nowe formy kolportażu). Pojawiły się wielobarwne pisma o silnie ekspresywnej szacie graficznej. Również dynamicznie ewoluuje Internet - „najmłodszy członek rodziny medialnej”. Tu także pojawiają się nowe komunikatory, strony i portale społecznościowe: GG, Twitter, Facebook, Nasza Klasa, You Tube. Nastąpił gwałtowny rozwój blogów, forów dyskusyjnych. Wydaje się, że proces ten zdaje się nie mieć końca. Już wkrótce, dzięki połączeniu telewizji cyfrowej z internetem, będziemy użytkownikami „telewizji na życzenie”, w której widz stanie się aktywnym twórcą ramówki programowej.

Dzięki telewizji interaktywnej będzie mógł wpływać na przebieg audycji – wartościować, opiniować, głosować, itd.

Wydaje się, że człowiek XXI wieku skazany jest na media, że nie sposób nie korzystać z dobrodziejstw coraz bardziej dynamicznej komunikacji medialnej. Jest to ważne również dlatego, że media – stanowiąc „czwartą władzę” – uczestniczą w procesie socjalizacji, to znaczy stanowią część środowiska wychowawczego i opiniotwórczego.

2. Ćwiczenie 1. Z jakich mediów korzystacie najczęściej? (burza mózgów, 2 min.)

Przykładowe odpowiedzi uczniów:

- czytam a właściwie przeglądam kolorowe periodyki lub tabloidy,
- surfuję w sieci,
- używam komunikatorów
- odwiedzam strony internetowe,
- gram na komputerze,
- oglądam filmy
- wysyłam esemesy itd.

Można dodać do tych odpowiedzi również tę: „spędzam czas z pilotem w ręce”. Odpowiedzi wasze potwierdzają tezę, że media są ważnym środkiem komunikacji i narzędziem rozrywki.

3. Ćwiczenie 2. Spróbujcie określić, jakie funkcje spełniają media? (burza mózgów, 5 min.)

Przykładowe odpowiedzi uczniów:

- edukacyjna (na przykład platformy e-learningowe, portale edukacyjne),
- informacyjna (realizują potrzebę i prawo człowieka do przekazywania i pozyskiwania informacji na różne tematy),
- rozrywkowa (wypełniają wolny czas, którego mamy coraz więcej)
- integrująca (komunikowanie i kontaktowanie się między sobą ludzi, wspólne rozwiązywanie problemów, propagowanie rozmaitych inicjatyw społecznych, itd.)

4. Miniwykład nauczyciela na temat negatywnego oddziaływania mediów (10 min.)

Media są wykorzystywane jak widać w wielu celach pozytywnych, ale mogą też być wykorzystywane niewłaściwie, negatywnie oddziaływać na odbiorcę i/lub użytkownika, zwłaszcza „niewyrobnego” czyli młodego: nastolatka i dziecko. Człowiek może stać się obiektem manipulacji, czyli nieuczciwej perswazji, media mogą dostarczać demoralizujących treści lub negatywnie oddziaływać na emocje - budzić agresję, prowadzić do obojętności, dostarczać fałszywych wzorców lub kreować przekłamane autorytety, a przede wszystkim „bombardować” odbiorców tysiącami negatywnych informacji. Ważnym czynnikiem, który – jak się wydaje – ma kapitalny wpływ na ten aspekt oddziaływania mediów, jest komercjalizacja. Jest to czynnik wpływający na zaniżanie poziomu przekazu medialnego. Komunikat musi się bowiem sprzedać czyli trafić do jak najszerszej publiczności. Odbiorca i użytkownik mediów staje się klientem a przekaz (informacja) towarem. Badanie poziomu oglądalności czy ilości wejść na strony internetowe staje się kryterium wartości przekazu medialnego. Produkt medialny, który musi się sprzedać, staje się coraz mniej inteligentny i pozbawiony treści „głębszych”, sensacyjny i „na czasie” – ciągle aktualny, nasycony emocjami.

Zatem przekaz medialny przypomina „agresywny plakat” –zawierający obraz opatrzony krótkim tekstem – objaśnieniem i komentarzem . Komunikat jest formułowany w

zredukowanym i uproszczonym języku (wprowadzanie słów typu: „super”, „odlotowy”, „czadowy”, „energetyczny”, „magiczny”, „kultowy” – wyrazy te z powodu nadfrekwencji stają się tak zwanymi workami semantycznymi, do których wszystko można wrzucić). Cywilizacja obrazkowa nie wymaga od odbiorcy myślenia, nie prowokuje wysiłku intelektualnego, jest tylko promocją wygody i lenistwa. To rodzi powierzchowność w myśleniu i brak krytycyzmu u odbiorcy.

A teraz trochę statystyki: 07.01.2011 roku Instytut Monitorowania Mediów przeprowadził badania dotyczące jakości przekazu medialnego, z których wynikało, że:

42% informacji w analizowanych programach miało charakter neutralny

36% przekazywanych informacji mogło kształtować w umyśle odbiorcy wizję świata jako nieprzyjawnego, wrogiego, niebezpiecznego miejsca

5% informacji przekazywało pozytywny obraz świata

6% stanowiły newsy-ciekawostki

Instytut Monitorowania Mediów stawia diagnozę: „media ścigają się w negatywizowaniu ludzi i zjawisk”. 20 % przekazu jest zdominowane przez politykę (dotyczy to informacji i publicystyki), a przekazywaniu informacji towarzyszą emocje. Język komunikatów medialnych jest coraz bardziej nasycony negatywnymi emocjami (utał się slogan „język nienawiści”).

5. Ćwiczenie 3. Spróbujcie odpowiedzieć na pytanie: w jaki sposób negatywna informacja płynąca z mediów może wpływać na odbiorcę? (praca w grupach, 10 min.)

Uczniowie pracują w grupach, odpowiedzi zapisują na plakatach. Następnie liderzy grup prezentują plakaty i odczytują odpowiedzi. Plakaty tworzą „mówiącą ścianę”.

Przykładowe odpowiedzi uczniów:

- fałszowanie obrazu rzeczywistości
- manipulowanie opinią społeczną
- prowokowanie zachowań agresywnych (agresja fizyczna i słowna)
- kreowanie postaw braku empatii, znieczulicy,
- brak reakcji na przemoc,
- mniejsza wrażliwość na ból i cierpienie
- kult przemocy i agresji
- barbaryzacja i wulgaryzacja języka
- frustracja i lęk, niezadowolenie z życia
- uzależnienia (na przykład sieciorholizm, telemaniactwo)
- opóźnienie lub spowolnienie rozwoju emocjonalnego
- brak umiejętności czytania ze zrozumieniem
- brak empatii dla ofiary przemocy
- potrzeba naśladowania negatywnych wzorów

Nauczyciel, o ile zachodzi potrzeba, uzupełnia i komentuje propozycje uczniów.

6. Ćwiczenie 4. Jak zatem korzystać z mass mediów (bo chcemy, możemy, a nawet powinniśmy z nich korzystać)? Jak bronić się przed negatywnymi informacjami płynącymi z mediów (rozmowa kierowana 10 min.)

Przykładowe odpowiedzi uczniów w pierwszej kwestii:

- krytycznie i selektywnie wybierać
- nie traktować jednego medium jak absolutnego i ostatecznego autorytetu,
- konfrontować ze sobą różne przekazy różnych mediów
- wartościować przekaz (komunikat) medialny

- racjonalnie, z umiarem, by nie uzależnić się, korzystać z mediów
- używać wyłącznika i żyć ekologicznie – oszczędzać energię

Przykładowe odpowiedzi uczniów w drugiej kwestii (tworzenie instrukcji dla użytkowników mediów w formie plakatu)

- edukacja medialna, zdobywanie wiedzy o mediach
- postawa selektywności odbioru medialnego
- świadome kształtowanie postaw asertywnych wobec mediów
- aktywne korzystanie z różnych źródeł informacji
- kontrolowanie czasu użytkowania mediów
- tworzenie własnych przekazów
- wspólne korzystanie z mediów (na przykład dziecka z rodzicem)
- wartościowanie i weryfikowanie informacji płynących z mediów (refleksyjne odbieranie treści)
- obserwacja świata i kontakt z rzeczywistością
- promocja czytania
- promowanie postaw antykonsumpcyjnych

VII. Podsumowanie lekcji – wnioski

Podkreślenie przez nauczyciela przede wszystkim konieczności edukacji medialnej i wypracowania postaw umiejętnego korzystania z mediów. To, czy media będą miały pozytywny czy negatywny wpływ na odbiorcę, zależy przede wszystkim od niego samego, od jego dojrzałości, świadomości i aktywności.

przygotowała
mgr Ewa Niewiadomska
VII Liceum Ogólnokształcące w Lublinie

Sponsor programu
„Szkoła dobrze wychowana”

