

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ* ΕΥΡΟΜΟ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΤΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ



Εργαστήριο εκπαίδευσης στα μέσα επικοινωνίας
και πληροφόρησης για μαθητές 16-18 ετών

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟ- ΜΕΝΩΝ

Εισαγωγή - π. 3

Μάθημα 1 – Ανάλυση περιεχομένου
ειδησεογραφικών θεμάτων - π. 28

Μάθημα 2 – Βασικές έννοιες
αναφορικά με την ανάλυση
μοτίβων ιδιοκτησίας στα Μέσα
ενημέρωσης - π. 30

Μάθημα 3 – Ανάλυση της ιδιοκτησίας
στα Μέσα ενημέρωσης - π. 41

Μάθημα 4 – Ομαδική συζήτηση
σχετικά με θεμελιώδεις δηλώσεις - π. 43

Μάθημα 5 – Οπτικοακουστική
παρουσίαση των μαθησιακών
αποτελεσμάτων - π. 45

ΕΙΣΑΓΩΓΗ



Δραστηριότητα και στόχοι του
εργαστηρίου - p. 4

Δομή του εργαστηρίου - p. 6

Χαρτοφυλάκιο εργαστηρίου:
περιεχόμενο και τρόπος χρήσης - p. 9



ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗ- ΤΑ: ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΓΙΑ ΜΑ- ΘΗΤΕΣ.

Δραστηριότητα: Εργαστήριο έρευνας των Μέσων για μαθητές.

Στόχοι: Αυτό το εργαστήριο έχει δύο στόχους:

1. Ως γενική δραστηριότητα ευαισθητοποίησης για τα Μέσα Ενημέρωσης, αυτό το εργαστήριο στοχεύει στην ανάπτυξη/ενίσχυση της κριτικής σκέψης και της κατανόησης της σημασίας της διαφάνειας της ιδιοκτησίας των Μέσων Ενημέρωσης σε μια δημοκρατική κοινωνία.
2. Ως εστιασμένη πρακτική δραστηριότητα για τη συμμετοχή των μαθητών, αυτό το εργαστήριο στοχεύει στην ενίσχυση της κριτικής σκέψης σχετικά με (α) τις πληροφορίες που λαμβάνονται μέσω διαφόρων μέσων ενημέρωσης και τη συνειδητοποίηση (β) των πολιτικών/ιδεολογικών, οικονομικών, κοινωνικών δυνάμεων (όπως εκφράζονται στην ιδιοκτησία των μέσων ενημέρωσης).

Προσέγγιση που σχετίζεται με τα δικαιώματα

επικοινωνίας: Η ελευθερία της έκφρασης και η πρόσβαση στην πληροφόρηση μέσω οποιουδήποτε μέσου είναι ένα οικουμενικό και ουσιαστικό ανθρώπινο δικαίωμα εάν οι άνθρωποι θέλουν να ασκήσουν τα δικαιώματά τους και να προστατεύσουν τα δικαιώματα των άλλων. Σε αυτή την άσκηση, **η διαφάνεια της ιδιοκτησίας** των Μέσων Ενημέρωσης θεωρείται ως το δικαίωμα των ανθρώπων να γνωρίζουν ποιοι ιδιοκτήτες βρίσκονται πίσω από τους οργανισμούς μέσων ενημέρωσης και ποιων τα συμφέροντα εξυπηρετούνται.

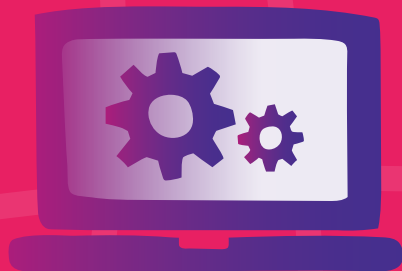
Γενικές δεξιότητες και ικανότητες που πρέπει να αναπτυχθούν στις προτεινόμενες δραστηριότητες:

- Αναζήτηση πηγών σε διαφορετικές γλώσσες.
- Αξιολόγηση περιεχομένου από διαφορετικές χώρες και δημοσιογραφικές κουλτούρες.
- Να σκέφτονται κριτικά και να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις.
- Να μοιράζονται απόψεις και να αποδέχονται διαφορετικές απόψεις.
- Να αναλαμβάνουν διαφορετικούς ρόλους στις συζητήσεις.

Εργαλεία: Υπολογιστές/smartphone με σύνδεση στο Διαδίκτυο. Σχεδιασμός πολυμέσων/επεξεργασία προγραμμάτων/εφαρμογών.

Προετοιμασία εργασίας για τον δάσκαλο:

Αναζητήστε υλικό και δυναμική για να αναπτύξετε έννοιες σχετικά με τη δύναμη των μέσων ενημέρωσης, την ιδιοκτησία των μέσων ενημέρωσης, τα δημοκρατικά λειτουργικά μέσα, τη διαφάνεια των μέσων. Η εύρεση μιας ξεκάθαρης εστίασης ανάλυσης και η υποβολή εστιασμένων ερωτήσεων είναι σημαντική στη διαδικασία εκμάθησης σχετικά με τη δύναμη και την απόδοση των μέσων ενημέρωσης. Δείτε μερικά εμπνευσμένα βίντεο μέσω του παρακάτω συνδέσμου: [Private vs. State-Controlled Media - Video & Lesson Transcript | Study.com](#)



ΔΟΜΗ ΤΟΥ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ

Το εργαστήριο θα διεξαχθεί σε **δύο συνεδρίες στην τάξη**. Προαιρετικά, κάποιες από τις ασκήσεις μπορούν να γίνουν εκτός τάξης, ως εργασίες.

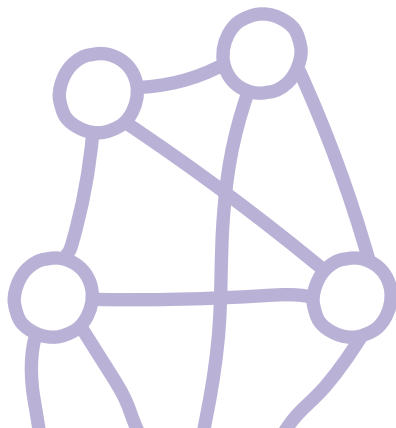
Το εργαστήριο αποτελείται από τις ακόλουθες **πέντε μαθησιακές ενότητες**, διάρκειας 30-45 λεπτών η καθεμία:

- Ενότητα (1) Προσεκτική ανάγνωση δημοσιογραφικού περιεχομένου.
- Ενότητα (2) Κεντρικές έννοιες που σχετίζονται με την ανάλυση των μοτίβων διαφάνειας της ιδιοκτησίας των Μέσων.
- Ενότητα (3) Ανάλυση ιδιοκτησίας Μέσων.
- Ενότητα (4) Ομαδική συζήτηση σχετικά με τις θεμελιώδεις δηλώσεις.
- Ενότητα (5) Οπτικοακουστική παρουσίαση σχετικά με τα μαθήματα.

Οι τρεις πρώτες ενότητες εκμάθησης (Ενότητα 1-3) είναι οι βασικές ενότητες του εργαστηρίου, ενώ οι ενότητες 4 και 5 είναι ενότητες εξειδίκευσης. Η διάρθρωση του εργαστηρίου σε αυτά τα πέντε μοντέλα μάθησης επιτρέπει στους εκπαιδευτικούς να προσαρμόσουν το σχέδιο του εργαστηρίου ανάλογα με τον χρόνο τους, καθώς και τις ικανότητες και τους μαθησιακούς στόχους του μαθήματος και των μαθητών, όπως παρουσιάζονται παρακάτω για παράδειγμα.

Εργαστήριο: επιλογή Α

- **Πρώτη συνεδρία** (στην τάξη):
 - » Α. Ενότητα (1) Προσεκτική ανάγνωση δημοσιογραφικού περιεχομένου.
 - » Β. Ενότητα (2) Κεντρικές έννοιες που σχετίζονται με την ανάλυση των μοτίβων ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης.
- **Δεύτερη συνεδρία** (στην τάξη):
 - » Ενότητα (3) Ανάλυση ιδιοκτησίας μέσων.
 - » Ενότητα (4) Ομαδική συζήτηση για θεμελιώδεις δηλώσεις.
 - » Εναλλακτικά Ενότητα (5) Οπτικοακουστική παρουσίαση σχετικά με τα μαθήματα.



Εργαστήριο: επιλογή Β

- **Πρώτη συνεδρία** (στην τάξη):
 - » Α. Ενότητα (1) Προσεκτική ανάγνωση δημοσιογραφικού περιεχομένου.
 - » Β. Ενότητα (2) Κεντρικές έννοιες που σχετίζονται με την ανάλυση των μοτίβων ιδιοκτησίας των Μέσων Ενημέρωσης.
 - » Γ. Ενότητα (3) Ανάλυση ιδιοκτησίας μέσων που πραγματοποιείται εκτός τάξης.
- **Δεύτερη συνεδρία** (στην τάξη):
 - » Α. Ενότητα (3) Ανάλυση ιδιοκτησίας μέσων: παρουσίαση των αποτελεσμάτων κάθε ομάδας εργασίας.
 - » Β. Ενότητα (4) Ομαδική συζήτηση για τις θεμελιώδεις δηλώσεις.
 - » Γ. Εναλλακτικά Ενότητα (5) Οπτικοακουστική παρουσίαση σχετικά με τα μαθήματα.

Εργαστήριο: επιλογή Γ

- **Πρώτη συνεδρία** (στην τάξη):
 - » Α. Ενότητα (1) Προσεκτική ανάγνωση δημοσιογραφικού περιεχομένου.
 - » Β. Ενότητα (2) Κεντρικές έννοιες που σχετίζονται με την ανάλυση των μοτίβων ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης.
 - » Γ. Ενότητα (3) Ανάλυση ιδιοκτησίας μέσων που πραγματοποιείται εκτός τάξης.
- **Δεύτερη συνεδρία** (στην τάξη):
 - » Α. Ενότητα (3) Ανάλυση ιδιοκτησίας μέσων: παρουσίαση των αποτελεσμάτων κάθε ομάδας εργασίας.
 - » Β. Ενότητα (4) Ομαδική συζήτηση για τις θεμελιώδεις δηλώσεις
 - » Γ. Ενότητα (5) Οπτικοακουστική παρουσίαση σχετικά με τα μαθήματα εκτός τάξης.

ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ: ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΣ ΧΡΗΣΗΣ



Αυτό το χαρτοφυλάκιο παρέχει στους εκπαιδευτικούς τις πληροφορίες, τη δομή της ενότητας και το υλικό για να προγραμματίσουν και να διεξάγουν το εργαστήριο, δομημένο σε δύο συνεδρίες συν τις πιθανές πρόσθετες εργασίες. Όπως υποδεικνύεται, οι βασικές ενότητες (1, 2 και 3) πρέπει πάντα να αποτελούν μέρος του εργαστηρίου, ενώ οι ενότητες 4 και 5 προτείνουν τον τρόπο ολοκλήρωσης του εργαστηρίου. Ως εκ τούτου, οι εκπαιδευτικοί μπορούν να βρουν εδώ τους μαθησιακούς στόχους, τη δομή, τα υλικά και τις πληροφορίες που απαιτούνται για τον σχεδιασμό και τη διεξαγωγή κάθε μαθησιακής ενότητας.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗΣ

ΤΩΝ ΠΕΝΤΕ ΕΝΟΤΗΤΩΝ

<p>Κατηγορίες θεμάτων προς μελέτη</p>	<p>Ειδήσεις, ιστορίες γενικού ενδιαφέροντος, μέσα ενημέρωσης, ομάδες μέσων ενημέρωσης, δημόσια μέσα μαζικής ενημέρωσης, παγκόσμιες πλατφόρμες</p>
<p>Αιτιολόγηση σημασίας του θέματος</p>	<p>Η διαφάνεια της ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης χρήζει περαιτέρω διερεύνησης από όλους τους χρήστες των μέσων ενημέρωσης (πολίτες, μαθητές, ερευνητές, πολιτικοί) υποθέτοντας ότι η ιδιοκτησία μπορεί να έχει αντίκτυπο στο περιεχόμενο και τις δημοσιογραφικές πρακτικές. Η ιδιοκτησία των μέσων ενημέρωσης μπορεί να λάβει πολλές μορφές: κρατική ιδιοκτησία, οικογενειακή ιδιοκτησία, ιδιοκτησία κόμματος, ιδιοκτησία καταπιστεύματος, δημόσια ή εταιρική ιδιοκτησία. Το κύριο μέλημα για την ιδιοκτησία των μέσων ενημέρωσης στη δημοσιογραφία είναι η συγκέντρωση της αγοράς και η δημιουργία μονοπωλίων, και οι συνέπειες για την πολυμορφία των μέσων ενημέρωσης, τη διαμόρφωση της κοινής γνώμης, τη δημοκρατία και τη δημοσιογραφική αυτονομία. Οι πληροφορίες επηρεάζονται πάντα από τον συγγραφέα τους (δημοσιογράφο ή παραγωγό μέσων ενημέρωσης).</p> <p>Πολύ συχνά οι άνθρωποι δεν δίνουν σημασία ή δεν ενδιαφέρονται για το ποιος ελέγχει τα μέσα ενημέρωσης. Ωστόσο, με την αύξηση των ροών πληροφοριών και τον πολλαπλασιασμό των καναλιών μέσων ενημέρωσης, είναι εξαιρετικά σημαντικό να γνωρίζουμε ποιος ελέγχει τις πληροφορίες. Όλοι πρέπει να ασχολούνται με κρίσιμα ερωτήματα όπως: Ποιος βρίσκεται πίσω από τις πληροφορίες; Ποιος κατέχει και ελέγχει τα ΜΜΕ;</p>

Αριθμός συμμετεχόντων	15-20, χωρισμένοι σε ομάδες 3-4 μαθητών
Πριν ξεκινήσετε...	<p>Ζητείται από τον δάσκαλο να επαληθεύσει τις ακόλουθες πτυχές εντός των ομάδων:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ισότητα των φύλων • Ποικιλομορφία προφίλ (κοινωνικοοικονομικό και ακαδημαϊκό υπόβαθρο) • Ένταξη μειονοτικών ομάδων
Ηλικιακές ομάδες	16-18
Θα χρειαστείτε...	Υπολογιστή, Πρόσβαση στο Διαδίκτυο, Καμβά, Προβολέα
Κύριοι στόχοι	<ul style="list-style-type: none"> • Να αναπτυχθούν και να ενισχυθούν η κριτική σκέψη και η κατανόηση της σημασίας της διασφάλισης της ακρίβειας και της ποιότητας των πληροφοριών. • Να συνειδητοποιηθούν οι πολιτικές/ιδεολογικές, οικονομικές, κοινωνικές δυνάμεις που εκφράζονται στα μέσα ενημέρωσης. • Να αυξηθεί η κατανόηση σχετικά με τις πολιτικές/ιδεολογικές, οικονομικές, κοινωνικές δυνάμεις και τον αντίκτυπό τους στην ιδιοκτησία των μέσων ενημέρωσης και στη διαφάνεια των μέσων ενημέρωσης σε μια δημοκρατική κοινωνία. • Να γνωρίσουν τις προκαταλήψεις/παρανοήσεις και τα στερεότυπα και να τα θέτουν υπό αμφισβήτηση.

	<ul style="list-style-type: none"> • Να κατανοήσει κανείς τη δική του κουλτούρα των μέσων και το μοντέλο διαφάνειας των μέσων ενημέρωσης και να τα συγκρίνει με κουλτούρες μέσων και μοντέλα διαφάνειας μέσων από άλλα γεωγραφικά πλαίσια. • Να διευκολυνθεί η χρήση ορισμένων εργαλείων (όπως μια βάση δεδομένων) που βοηθούν στην εδραίωση όσων έχουν μάθει και βοηθούν τους μαθητές να αντιμετωπίσουν μελλοντικές προκλήσεις.
<p>ΕΝΟΤΗΤΑ 1</p> <p>Παρουσίαση-Έναρξη Κουίζ- Διαβάστε τις ειδήσεις- Συγκρίνετε τις ειδήσεις</p>	<p>ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΝΟΤΗΤΑΣ</p> <p>Διάρκεια: 30-45'</p> <p>Ο δάσκαλος δείχνει στους μαθητές διαφορετικές ειδήσεις, σχετικά με την κλιματική αλλαγή, που αντιμετωπίζονται διαφορετικά από μέσα ενημέρωσης που ανήκουν στον ίδιο ή διαφορετικό όμιλο μέσων. Κάθε ομάδα μαθητών πρέπει να προσδιορίσει ποιες πληροφορίες παρέχει κάθε είδηση, τις διαφορές που υπάρχουν και να ερευνήσει τις δηλώσεις αποστολής των ομίλων μέσων στις οποίες ανήκουν τα μέσα ενημέρωσης που δημοσίευσαν τις υπό μελέτη ειδήσεις.</p> <p>ΑΤΟΜΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ – ΝΑΡΞΗ ΚΟΥΙΖ</p> <p>Ο δάσκαλος θα προετοιμάσει ένα διαδραστικό κουίζ 10 ερωτήσεων ρωτώντας τους μαθητές μεμονωμένα για τις μαθησιακές τους προσδοκίες μετά την εκτέλεση της ενότητας.</p>

ΟΜΑΔΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

ΕΡΓΑΣΙΑ 1: ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΤΙΣ ΕΙΔΗΣΕΙΣ

Οι μαθητές λαμβάνουν δύο ειδήσεις που πρέπει να αναλύσουν για να απαντήσουν στις ακόλουθες ερωτήσεις:

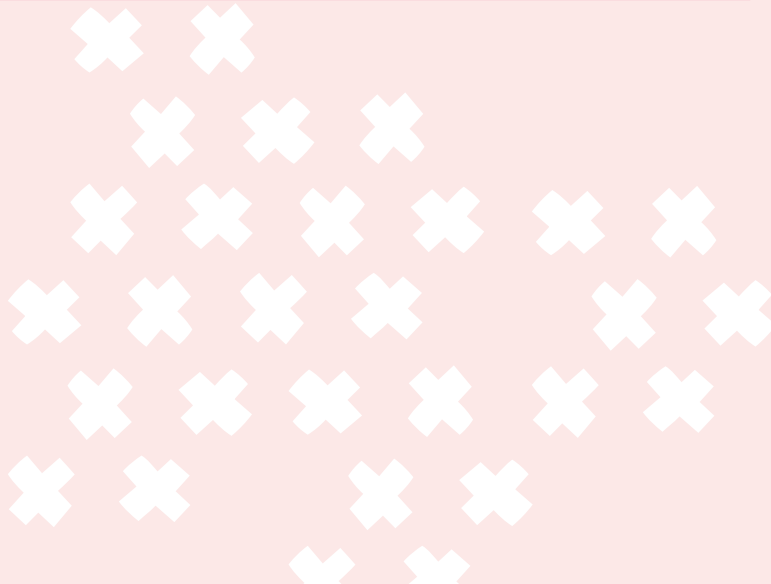
- Εάν και αν ναι, ποιες πληροφορίες παρέχονται από διάφορες (αντίπαλες) πλευρές σε κάθε δημοσίευμα;
- Αφιερώνεται περισσότερος χώρος/χρόνος στη μία πλευρά ή όλες οι πηγές είχαν ίσο χρόνο/χώρο για να εκφράσουν τη θέση τους; Είναι το μέσο προκατειλημμένο ή ισορροπημένο;
- Ποιες ερωτήσεις έχουν τεθεί από τους δημοσιογράφους και γιατί;
- Ποιες είναι οι πηγές/άτομα που ερωτήθηκαν ή αναφέρθηκαν;
- Ποια είναι η γλώσσα που χρησιμοποιείται; Είναι οι λέξεις ουδέτερες ή εκφραστικές; - Ποιοι τίτλοι, εικόνες ή γραφικά χρησιμοποιούνται και πώς;
- Γίνονται λάθη (σχετικά με τα γεγονότα, γραμματικά); Σχετίζονται με τον τύπο των μέσων ενημέρωσης;
- Ποιο είναι το πλαίσιο των ΜΜΕ; Σε τι αντιδρά; Είναι σχετικό;
- Χρησιμοποιεί πηγές που δεν είναι σχετικές;
- Ποιες πληροφορίες δεν εμφανίζονται;

ΕΡΓΑΣΙΑ 2: ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΕ ΤΙΣ ΠΗΓΕΣ ΓΙΑ ΕΠΑΛΗΘΕΥΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ

Προσδιορίστε τις πηγές που χρησιμοποιήθηκαν για να απαντηθούν αυτές οι ερωτήσεις και μετρήστε πόσες πηγές έχουν χρησιμοποιηθεί για την απάντηση σε κάθε ερώτηση. Δημιουργήστε μια κλίμακα αξιολόγησης που επιτρέπει στους μαθητές να αξιολογήσουν εάν το μέσο απαντά πολύ ικανοποιητικά/με τον μέσο όρο/καθόλου ικανοποιητικά σε καθεμία από τις προτεινόμενες ερωτήσεις.

ΕΡΓΑΣΙΑ 3: ΣΥΓΚΡΙΝΕΤΕ ΤΙΣ ΕΙΔΗΣΕΙΣ

Συγκρίνετε τις κλίμακες αξιολόγησης καθεμιάς από τις υπό μελέτη ειδήσεις για να εντοπίσετε ποιο από τα δύο μέσα κάνει μια ευρύτερη, πιο περιεκτική και πιο επαρκή κάλυψη του υπό μελέτη θέματος.



ΕΝΟΤΗΤΑ 2

Κεντρικές Έννοιες

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΝΟΤΗΤΑΣ

Διάρκεια: 30-45'

Ο δάσκαλος εισάγει μια έννοια ή πολλές επιλεγμένες έννοιες που σχετίζονται με την ανάλυση των μοτίβων διαφάνειας ιδιοκτησίας των μέσων. Με την έρευνα αυτών, διερευνώνται οι διαφορές στην ιδιοκτησία των μέσων ενημέρωσης:

- Από απλές έως σύνθετες δομές, από μεμονωμένα έως ομαδικά μοτίβα.
- Δύο μοντέλα: το μοντέλο μέσων δημόσιας υπηρεσίας και το μοντέλο ιδιωτικών μέσων.
- Ιδιοκτησία και διαφάνεια των μέσων ενημέρωσης σε παγκόσμιο πλαίσιο.
- Ο ρόλος που διαδραματίζουν οι οικονομικοί και χρηματοοικονομικοί παράγοντες στην ιδιοκτησία και τη διαφάνεια των μέσων ενημέρωσης.
- Ο αντίκτυπος της πολιτικής στην ιδιοκτησία και τη διαφάνεια των μέσων ενημέρωσης.

ΕΡΓΑΣΙΑ: ΕΡΕΥΝΑ ΤΩΝ ΕΝΝΟΙΩΝ

Ερευνήστε τα τέσσερα θέματα (ισχύς των μέσων ενημέρωσης, ιδιοκτησία των μέσων ενημέρωσης, δημοκρατικά λειτουργικά μέσα, διαφάνεια των μέσων ενημέρωσης) στο Διαδίκτυο. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε οποιαδήποτε διαθέσιμη πηγή, όπως άρθρα, wikipedia κ.λπ. Συγκρίνετε τις πληροφορίες που βρήκατε με τους βασικούς ορισμούς των εννοιών που παρουσιάστηκαν στο εργαστήριο.

ΕΝΟΤΗΤΑ 3

Αναζήτηση ομίλου μέσων - Ανάλυση ιδιοκτησίας μέσων

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΝΟΤΗΤΑΣ

Διάρκεια: 30-45'

Αυτή η εργασία έχει σχεδιαστεί για να βοηθήσει τους μαθητές να εντοπίσουν τους ομίλους μέσων που βρίσκονται πίσω από γνωστούς και λιγότερο γνωστούς τίτλους μέσων ενημέρωσης (εάν επιθυμούν να χρησιμοποιήσουν τη βάση δεδομένων Eurotopo, παρακαλούμε σημειώστε ότι συμπεριλάβαμε μόνο τους σχετικούς τίτλους μέσων ενημέρωσης στην ανάλυσή μας) και να εξετάσουν πόσες ομάδες μέσων έχει η χώρα τους, ή με άλλα λόγια, πόσο συγκεντρωμένη είναι η αγορά των μέσων ενημέρωσης ειδήσεων και πληροφοριών στη χώρα τους. Επιπλέον, είναι επίσης σημαντικό για τους μαθητές να κοιτάζουν έξω από τα σύνορα της χώρας τους και να εξετάσουν, για παράδειγμα, την κατάσταση των μέσων ενημέρωσης σε μια γειτονική χώρα. Στοιχεία που παίζουν ρόλο σε μια συγκεντρωμένη αγορά μέσων μπορούν να εξεταστούν εδώ: π.χ. αριθμός κατοίκων, μέγεθος γλωσσικής περιοχής/αγοράς, παρουσία μεγάλων διεθνών εταιρειών μέσων ενημέρωσης, δηλαδή από γειτονική χώρα, που μοιράζονται την ίδια γλώσσα.

ΕΡΓΑΣΙΑ 1: ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΟΜΑΔΩΝ ΜΕΣΩΝ ΣΤΗ ΧΩΡΑ ΣΑΣ

Μάθετε σε ποια ομάδα μέσων ανήκουν τα δύο μέσα ενημέρωσης στα οποία έχουν δημοσιευτεί οι ειδήσεις.

Οι ερωτήσεις είναι:

- Ποια είναι τα κεντρικά μέσα ενημέρωσης στη χώρα σας που απευθύνονται σε διαφορετικές ομάδες ανθρώπων (παιδιά, νέοι, ηλικιωμένοι, ανήλικοι, επαγγελματίες,...);
- Μπορείτε να προσδιορίσετε τα δημόσια ή κρατικά μέσα ενημέρωσης στη χώρα σας;
- Ποια είναι τα ιδιόκτητα μέσα ενημέρωσης στη χώρα σας;
- Υπάρχουν κοινοτικά μέσα ενημέρωσης που λειτουργούν στη χώρα σας;
- Υπάρχουν μέσα ενημέρωσης που ανήκουν (έμμεσα) σε πολιτικά κόμματα στη χώρα σας;
- Γνωρίζετε σε ποιον ανήκουν τα μέσα ενημέρωσης και ενημέρωσης στη χώρα σας; Πού πρέπει να ψάξετε για να βρείτε τέτοιες πληροφορίες σχετικά με την ιδιοκτησία των μέσων ενημέρωσης;
- Ποιοι είναι οι ιδιοκτήτες στη χώρα σας; Έχουν επίσης μέσα ενημέρωσης σε άλλες, γειτονικές χώρες;
- Τι πιστεύουν για το ρόλο των μέσων ενημέρωσης και ενημέρωσης; Γιατί κατέχουν μέσα ενημέρωσης και ειδήσεων;
- Ποιες άλλες επιχειρήσεις έχουν οι ιδιοκτήτες των μέσων ενημέρωσης; Πόσο σχετικό είναι αυτό; Υπάρχει σύγκρουση συμφερόντων σε αυτή τη διασταυρούμενη ιδιοκτησία;

Οι μαθητές θα πρέπει να δώσουν προσοχή στα ακόλουθα σημεία:

- Αξιολογήστε το βαθμό δυσκολίας στην απόκτηση αυτών των πληροφοριών.
- Προσδιορίστε σε ποιο βαθμό είναι απαραίτητο να χρησιμοποιείτε ιστότοπους εκτός των μέσων ενημέρωσης για τη λήψη αυτών των πληροφοριών.
- Ελέγξτε το χρόνο που απαιτείται για τη λήψη αυτών των πληροφοριών.
- Αναλύστε πόσες άλλες επιχειρήσεις εμπλέκονται στις αλυσίδες ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης.

ΕΡΓΑΣΙΑ 2: ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕ ΓΕΙΤΟΝΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ

Δείτε την κατάσταση των ομάδων μέσων σε μια χώρα της επιλογής σας και συγκρίνετε με τη δική σας.

Ερωτήσεις:

- Πώς μπορείτε να εξηγήσετε διαφορές ή ομοιότητες;
- Χρησιμοποιήστε τους δείκτες EUROMo που έχουμε παράσχει για αυτήν την εργασία.
- Ποια μέσα είναι δημόσια ή κρατικά μέσα;
- Ποια είναι τα ιδιωτικά μέσα;
- Ποια μέσα εξαρτώνται άμεσα από τα πολιτικά κόμματα;
- Ποια μέσα είναι τα λεγόμενα κοινοτικά μέσα;
- Ποια είναι τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα αυτών των διαφορετικών μέσων ενημέρωσης όσον αφορά την παροχή περιεχομένου ειδήσεων και πληροφοριών;
- Τα ΜΜΕ είναι περισσότερο ή λιγότερο συγκεντρωμένα στη χώρα σας από ό,τι στις γειτονικές χώρες;

ΕΝΟΤΗΤΑ 4

Τελική συζήτηση
- απομυθοποίηση
προκαταλήψεων/

στερεοτύπων
ακολουθώντας
τις εξηγήσεις του
δασκάλου και
παιζοντας ένα
παιχνίδι δηλώσεων

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΝΟΤΗΤΑΣ

Διάρκεια: 30-45'

Αυτή η εργασία έχει σχεδιαστεί για να βοηθήσει τους μαθητές να ανακαλύψουν τις προκαταλήψεις/παράνοησεις/στερεότυπα τους σχετικά με την ιδιοκτησία των μέσων ενημέρωσης (πολιτικά, ιδιωτικά, κοινοτικά κ.λπ.), τη διαθεσιμότητα δεδομένων για την ιδιοκτησία των μέσων (διαφάνεια ιδιοκτησίας), και τις μορφές επιρροής ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης.

ΠΡΟΚΑΤΑΛΗΨΕΙΣ/ΠΑΡΑΝΟΗΣΕΙΣ/ΣΤΕΡΕΟΤΥΠΑ: Οι προκαταλήψεις είναι γενικές γνώσεις που όλοι έχουμε πριν γνωρίσουμε πιο βαθιά ορισμένες ιδέες. Είναι μάλλον φανταστικές ιδέες, δηλαδή γνώμες που σχηματίζονται πριν από την ανακαλυφθείσα γνώση μέσω βαθύτερης μελέτης ή πρακτικής εμπειρίας. Τα στερεότυπα/προκαταλήψεις διαμορφώνονται με βάση ένα σύνολο ιδεών για το πώς λειτουργεί ο κόσμος. Αυτές οι ιδέες μπορεί να προκύψουν από συζητήσεις με φίλους και γονείς, θα μπορούσαν να έχουν προβληθεί στα μέσα ενημέρωσης ή να προκύψουν από τις δικές τους συνήθειες σκέψης. Οι προκαταλήψεις συχνά έρχονται σε αντίθεση με εσφαλμένες αντιλήψεις. Οι μαθητές πρέπει να δουν στοιχεία για να αλλάξουν τις λανθασμένες αντιλήψεις τους. Η αλλαγή ιδεών απαιτεί χρόνο, αλλά και κριτική σκέψη και μοίρασμα ιδεών (σύγκριση, αντίθεση). Τα στερεότυπα είναι ως επί το πλείστον άδικες πεποιθήσεις που διαμορφώνονται για τις ομάδες. Τα στερεότυπα είναι βαθιά ενσωματωμένα στις κοινωνίες μας και διαφορετικά πλαίσια/κουλτούρες ενδέχεται να εκθέσουν διαφορετικά στερεότυπα σε σχέση με τους «ιδιοκτήτες των μέσων ενημέρωσης».

ΕΡΓΑΣΙΑ: Οι μαθητές πρέπει να μάθουν όχι μόνο τι γνωρίζουν από αυτήν την Εργασία (θα αναθεωρήσουν τις κύριες έννοιες και θα τις αμφισβητήσουν με τις ιδέες τους), αλλά και γιατί πρέπει να το γνωρίζουν. Εδώ προτείνονται δύο είδη δραστηριοτήτων - (α) Επεξηγήσεις και Ερωτήσεις και (β) το Παιχνίδι των Δηλώσεων.

(α) Μια σημαντική εξήγηση που συνδέεται με την «ιδιοκτησία των μέσων» που παρέχεται από τον δάσκαλο συμπληρώνεται με μερικές ερωτήσεις προς τους μαθητές:

- **Επεξήγηση:** Οι ιδιοκτήτες των μέσων μπορούν να επηρεάσουν το περιεχόμενο τους και τα κίνητρό τους μπορεί να είναι πολιτικά/ιδεολογικά, προσωπικά/κοινωνικά ή εμπορικά.
 - » **Ε:** Γιατί διαφορετικοί τύποι ιδιοκτητών (πολιτικοί, επιχειρηματίες, κοινωνικές/κοινοτικές ομάδες) ενδιαφέρονται να κατέχουν μέσα ενημέρωσης;
- **Επεξήγηση:** Οι ιδιοκτήτες των μέσων ενημέρωσης είναι εκείνοι που ενδέχεται να «υπαγορεύουν» το περιεχόμενο των μέσων ενημέρωσης, επειδή ορίζουν τις συνθήκες υπό τις οποίες λειτουργεί μια αίθουσα σύνταξης. Ελέγχοντας τα μέσα παραγωγής, άρα την κατανομή των πόρων, οι ιδιοκτήτες των μέσων επηρεάζουν την παραγωγή των μέσων ενημέρωσης. Για παράδειγμα, εάν οι πόροι είναι σπάνιοι, οι προσπάθειες έρευνας ή ελέγχου από τα μέσα ενημέρωσης διακυβεύονται. Εάν αρνηθούν στους δημοσιογράφους το μέσο μεταφοράς, δεν μπορούν να φύγουν από την αίθουσα σύνταξης για να κάνουν επιτόπια έρευνα και να πάρουν συνέντευξη από πηγές, αναγκάζοντας τους να βασιστούν κυρίως σε δευτερεύουσες πηγές. Ως εκ τούτου, οι ιδιοκτήτες των μέσων ενημέρωσης ασκούν διαφορετικούς τύπους (οικονομικής, ιδεολογικής) εξουσίας.

» **E:** Ποιους ιδιοκτήτες μέσων ενημέρωσης γνωρίζετε - ποιους άλλους τύπους επιχειρήσεων (εκτός από τα μέσα) διευθύνουν;

- **Επεξήγηση:** Απαντώντας στο ερώτημα ποιος κατέχει τα μέσα ενημέρωσης (ποιος βρίσκεται πίσω από τις πληροφορίες;), απαντάμε επίσης στο ερώτημα ποιος κρατά τα ηνία της εξουσίας. Ως εκ τούτου, η διαφάνεια των δεδομένων ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης αποτελεί σημαντική απαίτηση για δημοκρατικά και υπεύθυνα μέσα ενημέρωσης. Τα δημόσια προσβάσιμα δεδομένα σχετικά με τους ιδιοκτήτες των μέσων ενημέρωσης επιτρέπουν στους πολίτες να αποφασίζουν ελεύθερα εάν υπάρχει σύγκρουση συμφερόντων σε συγκεκριμένες περιπτώσεις. Τα διαφανή δεδομένα αποτρέπουν περαιτέρω τους κατόχους πολιτικής και οικονομικής εξουσίας από το να κάνουν κατάχρηση των μέσων ενημέρωσης για την προώθηση των δικών τους συμφερόντων.

» **E:** Σε ποιον ανήκει τα κορυφαία μέσα ενημέρωσης σε μια χώρα της επιλογής σας; Πού θα ήταν σκόπιμο να αναζητήσετε αυτό το είδος πληροφοριών; Ποια στρατηγική πρέπει να ακολουθηθεί;

- **Επεξήγηση:** Η διαφάνεια των μέσων ενημέρωσης έχει να κάνει με τη διαφάνεια της χρηματοδότησης. Η διαφήμιση εξακολουθεί να είναι μια σημαντική πηγή εσόδων για τα μέσα ενημέρωσης; εάν τα μέσα εξαρτώνται από σημαντικούς διαφημιστές, αυτοί μπορούν να ασκήσουν πίεση στο δημοσιογραφικό έργο.

» **E:** Τι γίνεται με τη δημόσια χρηματοδότηση; Πώς υποστηρίζουν τα κράτη τη δραστηριότητα των μέσων ενημέρωσης - με ποιες μορφές; Υπάρχει χώρος για πολιτική πίεση στα δημόσια μέσα ενημέρωσης;

B. Οι ομάδες μαθητών μπορούν να επιλέξουν μία από τις προτεινόμενες δηλώσεις και να προετοιμάσουν λεπτομερώς τη στάση τους. Κάθε δήλωση συνοδεύεται από κάποια επιπλέον επεξήγηση από τον δάσκαλο (δείτε στην επεξηγηματική ενότητα παραπάνω):

- 1. Η συγκέντρωση της ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης απειλεί την «αγορά ιδεών». (υπέρ και κατά)**
- 2. Είναι εντάξει για τους δημοσιογράφους να γράφουν άρθρα για διαφορετικά μέσα. (υπέρ και κατά)**
- 3. Τα μέσα ενημέρωσης πρέπει να είναι διαφανή όσον αφορά τη χρηματοδότηση. (υπέρ και κατά)**
- 4. Τα μέσα ενημέρωσης πρέπει να είναι διαφανή για την προστασία του δικαιώματος της έκφρασης. (υπέρ και κατά)**
- 5. Το κοινό θα πρέπει να μπορεί να αποφασίζει για το περιεχόμενο των μέσων μαζικής ενημέρωσης δημόσιας υπηρεσίας. (υπέρ και κατά)**

ΕΝΟΤΗΤΑ 5

**Παρουσίαση
αποτελεσμάτων:
σχεδιασμός
προϊόντων
πολυμέσων και
δραστηριότητα
κουίζ**

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΝΟΤΗΤΑΣ

Διάρκεια: Εφόσον αυτή η Ενότητα προτείνεται ως δραστηριότητα εκτός της κανονικής τάξης, δίνονται μόνο κατά προσέγγιση εκτιμήσεις για τον χρόνο που απαιτείται για την παραγωγή του προϊόντος μέσω. Ο σχεδιασμός του προϊόντος μπορεί να διαρκέσει 20-30 ώρες. Για παρουσίαση στην τάξη, σε κάθε ομάδα δίνονται 15'.

Αυτή η εργασία έχει σχεδιαστεί ως μια δραστηριότητα επιλογής στην οποία οι μαθητές καλούνται να συμμετάσχουν στον ελεύθερο χρόνο τους. Οι ομάδες μαθητών θα πρέπει να παρουσιάζουν τα αποτελέσματα της μάθησής τους (χρησιμοποιώντας Canvas, PowerPoint, άλλους τύπους προγραμμάτων επεξεργασίας πολυμέσων, κ.λπ.) ως προϊόν πολυμέσων.

ΠΡΟΪΟΝ ΜΕΣΩΝ: Ως προϊόν πολυμέσων, προτείνονται στους μαθητές μια σειρά από επιλογές σχεδίασης, συγκεκριμένα δοκίμιο, παρουσίαση ppt, αφίσα, φωτονουβέλα (μια σειρά από φωτογραφίες), οπτικό γράφημα (ένα δέντρο πολυμέσων), podcast, ψηφιακή ιστορία, ημερολόγιο, κινούμενα σχέδια, κ.λπ. Οι απαιτήσεις για προϊόντα πολυμέσων (αριθμός λέξεων για ένα δοκίμιο, αριθμός διαφάνειων ppt, ελάχιστος χρόνος για podcast κ.λπ.) πρέπει να καθορίζονται από τον δάσκαλο με βάση την ηλικία των μαθητών και τις γνώσεις τους για τη δημιουργία προϊόντων πολυμέσων.

	<p>ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ: Με την ενασχόληση με το σχεδιασμό προϊόντων πολυμέσων, οι μαθητές θα πρέπει να επιλέξουν έναν ρόλο (δημιουργός ιδεών, σχεδιαστής μέσων, σχεδιαστής σεναρίων, συλλέκτης δεδομένων κ.λπ.). Επίσης, ως πρώτο βήμα στη διαδικασία σχεδιασμού και σχεδιασμού σεναρίων, οι ομάδες μαθητών καλούνται να ετοιμάσουν μια λίστα με προϊόντα πολυμέσων του επιλεγμένου τύπου (δοκίμιο, αφίσα, podcast, κ.λπ.).</p> <p>ΤΕΛΙΚΑ ΒΗΜΑΤΑ - ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΚΟΥΙΖ: Ο δάσκαλος θα προετοιμάσει ένα διαδραστικό κουίζ 10 ερωτήσεων ρωτώντας τους μαθητές για το πώς εκπληρώθηκαν οι μαθησιακές προσδοκίες τους στην ενότητα (τι πιστεύουν ότι έμαθαν, τι τους άρεσε και γιατί, ποιες ενότητες της μαθησιακής διαδικασίας ήταν δύσκολες και γιατί).</p>
Δεξιότητες	<p>Τύποι δεξιοτήτων που αποκτήθηκαν:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ψηφιακές δεξιότητες• Επικοινωνιακές δεξιότητες• Διεπιστημονική γνώση• Διαπολιτισμική Ευαισθητοποίηση (Ευρωπαϊκή/Παγκόσμια προοπτική για τη ιδιοκτησία και τη ρύθμιση των μέσων ενημέρωσης)• Σχεδιασμός μέσων

<p>Αξιολόγηση Δεξιοτήτων</p>	<p>Ένα σύνολο δεξιοτήτων που πρέπει να αξιολογηθούν από τον δάσκαλο:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Πρόσβαση και συλλογή πληροφοριών από διαφορετικές πηγές • Αξιολόγηση πηγών πληροφόρησης και ευθύνης των μέσων ενημέρωσης για την προώθηση ιδεών και τη διαμόρφωση απόψεων για θέματα γενικού ενδιαφέροντος • Αναγνώριση των πολιτικών, οικονομικών και κοινωνικών δυνάμεων στην κοινωνία και των επιπτώσεών τους στα μέσα ενημέρωσης • Αξιολόγηση του τρόπου με τον οποίο ορίζονται και προσδιορίζονται αυτές οι δυνάμεις μέσα στις δημοσιογραφικές αφηγήσεις • Δραστηριότητες δημιουργίας ομάδας • Αποδοχή διαφορετικών απόψεων
<p>Βιβλιογραφικές αναφορές</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lateral reading https://cor.stanford.edu/curriculum/collections/teaching-lateral-reading/ • The SIFT Method: https://hapgood.us/2019/06/19/sift-the-four-moves/ https://www.notion.so/checkpleasecc/Check-Please-Starter-Course-ae34d043575e42828dc2964437ea4eed • The CRAAP test: https://researchguides.ben.edu/source-evaluation

Παραλλαγές

Αυτές οι ενότητες (1-5) μπορούν να αναπτυχθούν χρησιμοποιώντας τις ακόλουθες παραλλαγές: Ζητείται από τους μαθητές να αναλύσουν περιπτώσεις (άρθρα ειδήσεων, δομές ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης) από τη χώρα τους και να συγκρίνουν τα αποτελέσματα με μέσα σε άλλες χώρες. Αυτό τους διευκολύνει να δουν τις ομοιότητες και τις διαφορές μεταξύ της χώρας τους και άλλων χωρών.



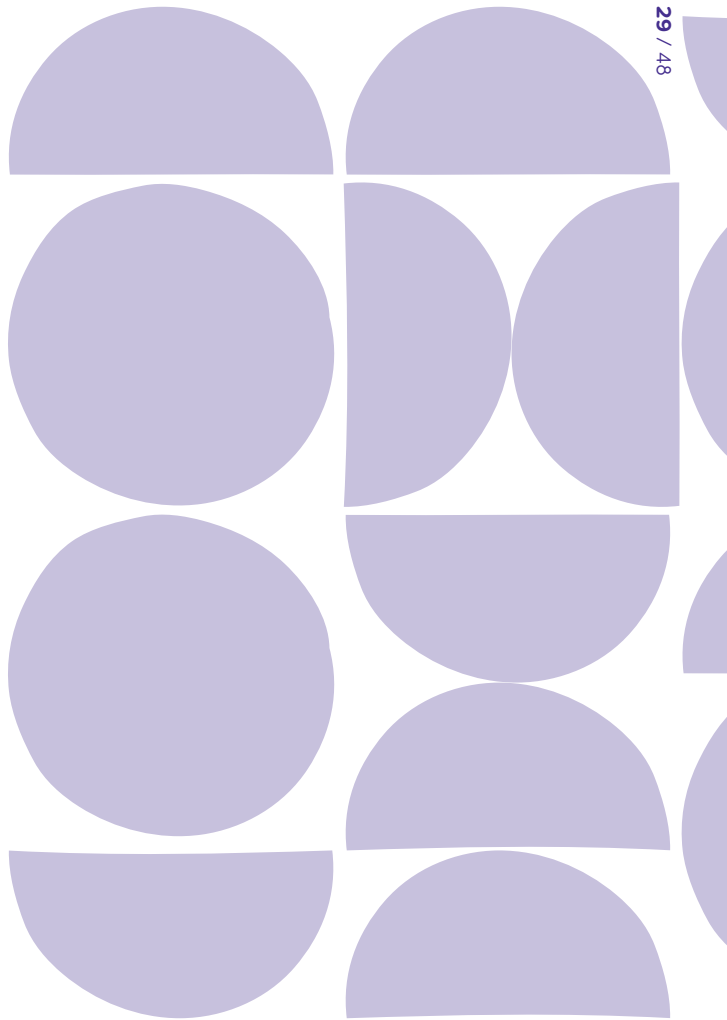
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟ- ΤΗΤΕΣ ΓΙΑ ΤΑ 5 ΜΑΘΗΜΑΤΑ

1. Αναλύοντας και εμβαθύνοντας στα ειδησεογραφικά θέματα
2. Μαθαίνοντας τη θεωρία και τις έννοιες
3. Διευκρινίζοντας τη σημασία της ιδέας της «Διαφάνειας»
4. Αναστοχασμός του μαθησιακού αποτελέσματος και πώς αυτό επιδρά στους μαθητές
5. Μεταφορά της μαθησιακής εμπειρίας στην πράξη μέσα από τη δημιουργία υλικού πολυμέσων

ΜΑΘΗΜΑ 1 – ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΕΡΙΕ- ΧΟΜΕΝΟΥ ΕΙΔΗ- ΣΕΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΘΕΜΑΤΩΝ



Ο σκοπός αυτής της ενότητας είναι να προσδιορίσει πώς δύο ειδήσεις που αναφέρονται σε ένα θέμα γενικού ενδιαφέροντος, όπως η κλιματική αλλαγή, μπορούν να αντιμετωπιστούν διαφορετικά από δύο μέσα ενημέρωσης που ανήκουν σε διαφορετικές ομάδες μέσων. Για παράδειγμα, ο δάσκαλος μπορεί να επιλέξει ένα άρθρο που δημοσιεύεται σε μια εφημερίδα που απευθύνεται σε ένα πιο μορφωμένο και ευκατάστατο κοινό και ένα άλλο άρθρο μιας δημοφιλής εφημερίδας που τονίζει περισσότερο τις ανησυχίες και τις απόψεις του ευρύτερου κοινού. Οι μαθητές πρέπει να εντοπίσουν αυτές τις διαφορές και να εντοπίσουν το είδος των πληροφοριών που λαμβάνουν σε καθεμία από τις δύο υπό μελέτη ειδήσεις.



ΜΑΘΗΜΑ 2 – ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΟΤΙΒΩΝ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ



Έννοια 1: Η δύναμη των μέσων - p. 31

Έννοια 2: Ιδιοκτησία των μέσων - p. 33

Έννοια 3: Δημοκρατική Λειτουργία των Μέσων Ενημέρωσης - p. 36

Έννοια 4: Διαφάνεια ΜΜΕ - p.37

Οι μαθητές εισάγονται σε έννοιες όπως η εξουσία των μέσων ενημέρωσης, η ιδιοκτησία των μέσων ενημέρωσης, η δημοκρατική λειτουργία των μέσων, η διαφάνεια των μέσων ενημέρωσης, οι τύποι μέσων ενημέρωσης (π., δημόσια μέσα, κρατικά μέσα, ιδιωτικά μέσα, κοινοτικά μέσα, μέσα που ανήκουν σε πολιτικά κόμματα). Θα δοθούν σύντομοι ορισμοί στους εκπαιδευτικούς που μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως εισαγωγή.

ΕΝΝΟΙΑ 1: Η ΔΥΝΑΜΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ



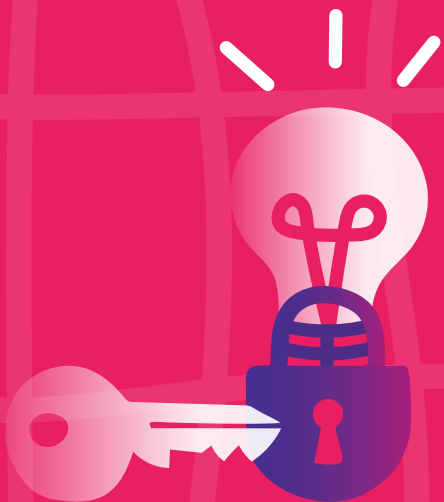
Στις σύγχρονες δημοκρατίες, οι οργανισμοί των μέσων ενημέρωσης διαδραματίζουν βασικό ρόλο στην ενημέρωση του κοινού σχετικά με τα τρέχοντα θέματα και στη διατήρηση της ευθύνης των πολιτικών παραγόντων για τις πράξεις και τις αποφάσεις τους. Ως «προεκτάσεις του ανθρώπου» (McLuhan, 1964), τα σύγχρονα μέσα ενημέρωσης παρέχουν επίσης στους πολίτες ένα εύκολο μέσο επικοινωνίας, καταρρίπτοντας τους χωροχρονικούς περιορισμούς. Συνολικά, η δύναμη των μέσων ενημέρωσης αναφέρεται σε ένα δίκτυο σχέσεων μεταξύ κοινωνικοπολιτικών παραγόντων, θεσμών και επιχειρηματιών που επηρεάζουν την κατανομή των συμβολικών πόρων που υπαγορεύουν τις αντιλήψεις μας για τον κόσμο γύρω μας καθώς και την ικανότητά μας να παρέμβουμε σε αυτόν (Freedman, 2015). Ωστόσο, τα οφέλη της ισχύος των μέσων ενημέρωσης μερικές φορές ανατρέπονται ή υπονομεύονται από φαινόμενα όπως η χειραγώγηση της πληροφορίας, που ασκείται από την ιδιοκτησία των μέσων ενημέρωσης. Από αυτή την άποψη, παρόλο που είμαστε υπερφορτωμένοι σε καθημερινή βάση από τεράστιες ποσότητες πληροφοριών, πολλές από αυτές τις πληροφορίες μπορεί επίσης να μας παραπλανήσουν. Πρόκειται για απειλές

που πλήττουν την ποιοτική πληροφόρηση και τον πλουραλισμό των μέσων ενημέρωσης που προέρχονται, μεταξύ άλλων, από «την αυξανόμενη συγκέντρωση οικονομικών πόρων σε λίγες μόνο γιγαντιαίες διαδικτυακές πλατφόρμες/μέσα και τη διάδοση της παραπληροφόρησης που ευνοείται από τα διαθέσιμα τεχνολογικά μέσα» (Parcu, 2020).

Βιβλιογραφικές αναφορές

Freedman, D. (2015). Paradigms of media power, *Communication, Culture & Critique*, 8: 273-289.

Parcu, P. L. (2020). New digital threats to media pluralism in the information age. *Competition and Regulation in Network Industries*, 21 (2): 91-109.



ΕΝΝΟΙΑ 2: ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ

Η ιδιοκτησία των μέσων ενημέρωσης αναφέρεται στις διάφορες μορφές διαρθρωτικής διακυβέρνησης βάσει των οποίων τα φυσικά ή νομικά πρόσωπα ασκούν επιρροή στο κοινό μέσω της λειτουργίας ενός οργανισμού μέσωσ ενημέρωσης. Η ανάπτυξη και οι επιπτώσεις της ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης στη δημοκρατική κοινωνία εξαρτώνται από τις ιδιαιτερότητες του συστήματος των μέσων ενημέρωσης στο οποίο εξελίσσεται η ιδιοκτησία. Όσον αφορά τα μέσα ενημέρωσης, η ιδιοκτησία μπορεί να λάβει πολλές μορφές: κρατική ιδιοκτησία, οικογενειακή ιδιοκτησία, ιδιοκτησία κόμματος, ιδιοκτησία καταπιστεύματος, δημόσια, ιδιοκτησία, εταιρική ιδιοκτησία (Sjølvaag & Ohlsson, 2019). Πίσω από την πράξη της ιδιοκτησίας μέσωσ ενημέρωσης μπορεί να κρύβονται οικονομικά και πολιτικά οφέλη. Μεταξύ των πολλών ανησυχιών που σχετίζονται με τα καθεστώτα ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης αφορούν την πιθανή μονοπώληση ή συγκέντρωση εξουσίας εντός μιας αγοράς μέσωσ ενημέρωσης, χαρακτηριστικά που επηρεάζουν σημαντικά τη διαμόρφωση της κοινής γνώμης και τη δημοκρατία. Η παρουσία πολλαπλών ιδιοκτητών στο συνολικό τοπίο των μέσων ενημέρωσης είναι ένα πλεονέκτημα στις δημοκρατικές κοινωνίες που ισοδυναμεί με συνθήκες

πλουραλιστικής ιδιοκτησίας. Όλες οι μορφές ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης συνοδεύονται από πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα. Μια σημαντική τυπολογία των δομών ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης μπορεί να συνοψιστεί ως εξής (Pickard, 2015): Οριζόντια: όταν ένα νομικό πρόσωπο κατέχει διαφορετικά αλλά παρόμοια προϊόντα μέσων. Κάθετη: όταν ένα νομικό πρόσωπο κατέχει διαφορετικά στάδια παραγωγής και διανομής μέσων. Διαγώνια: όταν ένα νομικό πρόσωπο σχετίζεται με την πολλαπλή ιδιοκτησία διαφορετικών επιχειρήσεων μέσων ενημέρωσης

Οι δομές ιδιοκτησίας μπορεί επίσης να περιλαμβάνουν τις ακόλουθες κατηγορίες:

- ΜΜΕ δημόσιας υπηρεσίας, τα οποία μπορούν να χωριστούν σε δύο υποκατηγορίες: α) δημόσια ραδιοτηλεόραση και β) κρατικά μέσα ενημέρωσης.
- Ιδιωτικά και εταιρικά μέσα ενημέρωσης: Σε αντίθεση με τα δημόσια μέσα ενημέρωσης, είναι ανεξάρτητα, κερδοσκοπικά και υποστηρίζονται κυρίως από πωλήσεις και διαφημίσεις, το εμπορικό εισόδημα είναι αυτό που διατηρεί σε λειτουργία τα ιδιωτικά μέσα.
- Κοινοτικά μέσα: Πρόκειται συνήθως για μεσαίου μεγέθους πλατφόρμες που είναι συμμετοχικές,

κοινοτικές και μη κερδοσκοπικές.

- ΜΜΕ που ανήκουν σε κόμματα και πολιτικούς: Αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει μια ποικιλία μέσων μαζικής ενημέρωσης που παράγονται από πολιτικά κόμματα, από κομματικά φυλλάδια μέχρι μέσα που ελέγχονται από πλούσιους πολιτικούς-επιχειρηματίες.

Βιβλιογραφικές αναφορές:

Iosifidis, P. (2016). Media concentration in the UK. In: E. Noam (Ed.), *Who Owns the World's Media?: Media Concentration and Ownership around the World*, (pp. 425-454). New York: Oxford University Press.

Evershed, N. (2020). Australia's newspaper ownership is among the most concentrated in the world. *The Guardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/news/datablog/2020/nov/13/australiannewspaper-ownership-is-among-the-most-concentrated-in-the-world>

Flew, T. (2018). *Understanding Global Media* (2nd ed.). London: Palgrave Macmillan Palgrave.

Hamelink, C. J. (2015). *Global Communication*. London: Sage.

Kedia, S. & Gunchang, K. (2021). *Impact of Media*

Ownership on News Coverage. Retrieved from <https://ssrn.com/abstract=3773240> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3773240>

Sjøvaag, H. & Ohlsson, J. (2019). *Media Ownership and Journalism*. Oxford Research Encyclopedia of Communication. Oxford University Press Studies. DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.839

Pickard, V. (2015). Media ownership. In G. Mazzoleni, K.G. Barnhurst, K. Ikeda, R.C.M. Maia, & H. Wessler (Eds.), *The International Encyclopedia of Political Communication* (First Edition). John Wiley & Sons, Inc. DOI: 10.1002/9781118541555.wbiepc206

Wen, Y. (2021). The political and economic impact of media ownership structures and concentration on global communication, *Butler Journal of Undergraduate Research*: Vol. 7, Article 15. Retrieved from: <https://digitalcommons.butler.edu/bjur/vol7/iss1/15>



ΕΝΝΟΙΑ 3: ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΚΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ



Τα μέσα ενημέρωσης διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στη λειτουργία της σύγχρονης δημοκρατίας, ωστόσο, για να εκπληρώσουν το ρόλο τους και να προωθήσουν τα δημοκρατικά ιδανικά μέσω της διάδοσης πληροφοριών, το ίδιο το σύστημα μέσων ενημέρωσης θα πρέπει να είναι δημοκρατικό ως προς την κατασκευή και την υποδομή του. Από αυτή την άποψη, είναι σημαντικό τόσο το κοινό όσο και οι πολιτικοί να έχουν μια σαφή εικόνα της δομής και του μεγέθους μιας αγοράς μέσων ενημέρωσης, προκειμένου να κατανοήσουν αν μπορεί να υπηρετήσει τη δημοκρατία. Στην ιδανική περίπτωση, η σημασία των μέσων ενημέρωσης έγκειται στην ικανότητά τους να διανέμουν τα ερμηνευτικά πλαίσια, τις ιδέες, τις έννοιες, τα γεγονότα και τα επιχειρήματα που χρησιμοποιούν οι άνθρωποι για να κατανοήσουν τα πολιτικά ζητήματα και τις τρέχουσες υποθέσεις. Ωστόσο, τα πλαίσια που προσφέρονται περιορίζονται από το πλέγμα των συμφερόντων που τα παράγουν, επομένως είναι σημαντικό να χαρτογραφηθούν αυτά τα συμφέροντα (Murdock & Golding, 1974). Επιπλέον, ο μεγάλος αριθμός των επιχειρήσεων ΜΜΕ δεν προκαθορίζει την ποικιλομορφία περιεχομένου, επομένως είναι σημαντικό όταν εξετάζουμε ένα σύστημα μέσων να

εξετάζουμε την ποικιλομορφία περιεχομένου και απόψεων και να δίνουμε μια εικόνα της ποικιλίας περιεχομένου σε μια αγορά μέσων (Wasko, 1994).

Μία από τις ανησυχίες για ένα δημοκρατικά λειτουργικό σύστημα μέσων ενημέρωσης είναι το λεγόμενο φαινόμενο της συγκέντρωσης ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης, επειδή το αυξανόμενο κόστος για την είσοδο στην αγορά των μέσων ενημέρωσης μπορεί να περιορίσει τον αριθμό των ανθρώπων που μπορούν να κατέχουν μέσα ενημέρωσης και να διαστρεβλώσει τον εξιδανικευμένο ρόλο των μέσων ενημέρωσης (Murdock, 1990). Ταυτόχρονα, υπάρχουν και άλλοι παράγοντες που πρέπει να ληφθούν υπόψη, καθώς η σχέση μεταξύ της συγκέντρωσης ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης και της ποικιλομορφίας της φωνής δεν είναι γραμμική. Το μέγεθος και η δομή της αγοράς, η ποικιλομορφία του περιεχομένου, οι πηγές και οι τάσεις καινοτομίας είναι επίσης σημαντικές (Doyle, 2012).

Βιβλιογραφικές αναφορές:

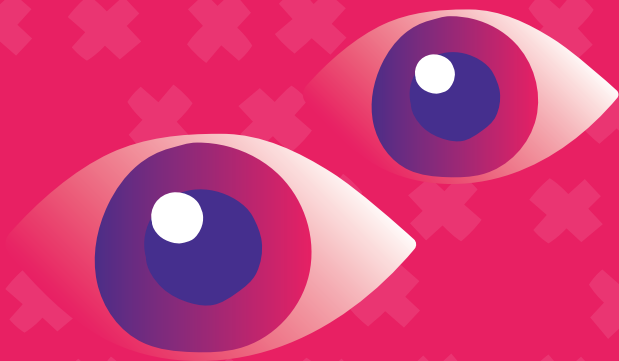
Doyle, G. (2012). *Audiovisual Economics: Audiovisual markets in the European Union*. Quaderns del CAC, XV(1), 15.

Murdock, G. (1990). Redrawing the map of the communication industries. In M. Ferguson (Ed.), *Public Communication: The new imperative* (p. 1). Beverly Hills, CA: Sage.

Murdock, G., & Golding, P. (1974). For a political economy of mass communications. *Socialist Register*, 10: 205.

Wasko, J. (1994). *Hollywood in the Information Age: Beyond the silver screen*. Cambridge: Polity Press in Association with Blackwell.

ΕΝΝΟΙΑ 4: ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΜΜΕ



Τα ανεξάρτητα μέσα ενημέρωσης είναι ένας από τους σημαντικότερους πυλώνες της σύγχρονης δημοκρατίας και συχνά αποκαλούνται τέταρτη εξουσία. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης στη σύγχρονη δημοκρατία έχουν καθήκον να παρέχουν στους πολίτες πληροφορίες που τους βοηθούν να διαμορφώσουν τις δικές τους απόψεις και να λάβουν καλύτερα ενημερωμένες πολιτικές αποφάσεις (Williams και Delli Carpini, 2011), αλλά και με μια λειτουργία φύλακα που τους απαιτεί να κρατούν υπόλογο το κράτος και τον εταιρικό τομέα για αποτυχίες και καταχρήσεις εξουσίας (Barendt, 2007). Ωστόσο, για να μπορέσουν τα μέσα ενημέρωσης και οι δημοσιογράφοι να εκπληρώσουν τους κανονιστικούς τους ρόλους, η διαφάνεια ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης είναι απαραίτητη προϋπόθεση. Ιδιαίτερα η διαφάνεια στη δημοσιογραφία είναι ένα μέσο αντιστάθμισης της φθίνουσας εμπιστοσύνης του κοινού σχετικά με τους φορείς εκμετάλλευσης ειδήσεων (Karlsson, 2020).

Τα μέσα ενημέρωσης μπορούν συχνά να «αιχμαλωτιστούν» από ισχυρά πολιτικά και οικονομικά συμφέροντα (Dragomir, 2019) που μπορεί να θέτουν όρια τόσο στην ποικιλία των πληροφοριών που παρέχονται, όσο και στην ικανότητα των

δημοσιογράφων να αμφισβητούν την εξουσία. Ως εκ τούτου, είναι ζωτικής σημασίας οι πληροφορίες σχετικά με το ποιος κατέχει τα μέσα ενημέρωσης και πώς χρηματοδοτείται η δημοσιογραφία να είναι δημόσια διαθέσιμες και προσβάσιμες τόσο προς τα πάνω όσο και προς τα κάτω. Η καθοδική διαφάνεια αφορά τη λογοδοσία των μέσων ενημέρωσης προς την κοινωνία των πολιτών, τους επενδυτές και το ευρύ κοινό και αφορά τη διαδικασία λήψης αποφάσεων, ενώ η ανοδική διαφάνεια αφορά τη διαθεσιμότητα πληροφοριών σχετικά με την ιδιοκτησία των μέσων ενημέρωσης στους ρυθμιστικούς φορείς (Craufurd-Smith, Kliemkiewicz, & Ostling, 2021). Η διαφάνεια ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης διασφαλίζει ότι οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής και οι ρυθμιστικές αρχές έχουν τις πληροφορίες που χρειάζονται προκειμένου να αναπτύξουν τους κανόνες που είναι απαραίτητοι για τη βέλτιστη λειτουργία της αγοράς των μέσων ενημέρωσης.

Μολονότι η διαφάνεια ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης δεν αποτελεί από μόνη της επαρκή προϋπόθεση για τη δημοκρατική απασχόληση, είναι ωστόσο κρίσιμη προϋπόθεση τόσο για τους πολιτικούς όσο και για το ευρύ κοινό, προκειμένου να διασφαλιστεί ότι τα μέσα ενημέρωσης μπορούν να εκπληρώσουν τον δημοκρατικό τους ρόλο.

Βιβλιογραφία:

Barendt, E. (2007). *Freedom of Speech*. Oxford: Oxford University Press.

Craufurd-Smith, R., Klimkiewicz, B. & Ostling, A. (2021). Media ownership transparency in Europe: Closing the gap between European aspiration and domestic reality, *European Journal of Communication*. <https://doi.org/10.1177/0267323121999523>

Dragomir, M. (2019) *Media Capture in Europe*. New York: Media Development Investment Fund. Retrieved from <https://www.mdif.org/wp-content/uploads/2019/07/MDIF-ReportMedia-Capture-in-Europe.pdf>

Karlsson, M. (2020). Dispersing the Opacity of Transparency in Journalism on the Appeal of Different Forms of Transparency to the General Public, *Journalism Studies*, 21:13, 1795-1814, DOI: 10.1080/1461670X.2020.1790028

Williams, B. A. & Delli Carpini, M., X. (2011). *After Broadcast News: Media Regimes Democracy and the New Information Environment*. Cambridge: Cambridge University Press.

Καθήκοντα:

Οι μαθητές χωρίζονται σε ομάδες των 4-5 ατόμων και με βάση τις έννοιες που παρέχονται καλούνται να εργαστούν συλλογικά (για περίπου 10 λεπτά) προκειμένου να προσδιορίσουν δύο παραδείγματα από την αγορά των μέσων ενημέρωσης της χώρας τους.

α) μια θετική και μια αρνητική πτυχή της δύναμης των μέσων ενημέρωσης

Ή

β) δύο διαφορετικές διακριτικές περιπτώσεις δομών ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης (π.χ. οριζόντια, κάθετη, διαγώνια)

Στο τέλος της σύσκεψης κάθε ομάδας ένας εκπρόσωπος παρουσιάζει τα επιλεγμένα παραδείγματα που στοχεύουν στην έναρξη δημιουργικών διαλόγων.

Στη συνέχεια, οι μαθητές χωρίζονται σε δύο ομάδες και με βάση τις έννοιες που παρέχονται καλούνται να εργαστούν ομαδικά (για περίπου 15 λεπτά) προκειμένου να δημιουργήσουν το βασικό μήνυμα μιας καμπάνιας (που προορίζεται να προβληθεί διαδικτυακά σε πύλες ειδήσεων). Το έργο υποτίθεται

ότι χρηματοδοτείται από μια ΜΚΟ με μεγάλη επιρροή στη χώρα, αποστολή της οποίας είναι να υποστηρίξει και να προωθήσει τη διαφάνεια, την αξιοπιστία και την ανεξαρτησία στη δημοσιογραφία με στόχο τη διασφάλιση της αξιοκρατίας και της αριστείας στον τομέα των μέσων ενημέρωσης.

Σε μια ομάδα ανατίθεται η εκστρατεία για τη σημασία της δημοκρατικής λειτουργίας των μέσων ενημέρωσης, ενώ στην άλλη ομάδα ανατίθεται η εκστρατεία για τη σημασία της διαφάνειας των μέσων ενημέρωσης. Κάθε ομάδα παρουσιάζει την καμπάνια της και αξιολογείται από έναν εμπειρογνώμονα μέσων που προσκαλείται στην τάξη είτε αυτοπροσώπως είτε μέσω ψηφιακής πλατφόρμας.

ΜΑΘΗΜΑ 3 – ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ



Οι ιδιοκτήτες ΜΜΕ μπορούν να επηρεάσουν το περιεχόμενο τους. Τα κίνητρά τους μπορεί να είναι πολιτικά/ιδεολογικά, προσωπικά/κοινωνικά ή εμπορικά, αλλά το αποτέλεσμα είναι το ίδιο. Οι ιδιοκτήτες των μέσων ενημέρωσης είναι εκείνοι που ενδέχεται να «υπαγορεύουν» το περιεχόμενο των μέσων ενημέρωσης, επειδή ορίζουν τις συνθήκες υπό τις οποίες λειτουργεί μια αίθουσα δημοσιογραφικών ειδήσεων. Αλλά ελέγχοντας τα μέσα παραγωγής, άρα την κατανομή των πόρων, οι ιδιοκτήτες των μέσων επηρεάζουν την παραγωγή των μέσων ενημέρωσης. Για παράδειγμα, εάν οι πόροι είναι σπάνιοι, οι ερευνητικές προσπάθειες των μέσων ενημέρωσης διακυβεύονται. Εάν αρνηθούν στους δημοσιογράφους το μέσο μεταφοράς, δεν μπορούν να φύγουν από την αίθουσα σύνταξης για να κάνουν επιτόπια έρευνα και να πάρουν συνέντευξη από πηγές, αναγκάζοντας τους να βασιστούν κυρίως σε δευτερεύουσες πηγές. Ως εκ τούτου, οι ιδιοκτήτες των μέσων ενημέρωσης ασκούν εξουσία. Απαντώντας στο ερώτημα ποιος κατέχει τα μέσα ενημέρωσης, απαντάμε επίσης στο ερώτημα ποιος κρατά τα ηνία της εξουσίας. Ως εκ τούτου, η διαφάνεια των δεδομένων ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης αποτελεί σημαντική απαίτηση για δημοκρατικά και υπεύθυνα μέσα ενημέρωσης. Τα δημόσια προσβάσιμα δεδομένα σχετικά με τους ιδιοκτήτες των μέσων ενημέρωσης επιτρέπουν στους πολίτες να αποφασίζουν ελεύθερα εάν εμπλέκεται σύγκρουση συμφερόντων σε συγκεκριμένες περιπτώσεις. Επιπλέον,

τα διαφανή δεδομένα αποτρέπουν περαιτέρω τους κατόχους πολιτικής και οικονομικής εξουσίας από την κατάχρηση των μέσων ενημέρωσης για την προώθηση των δικών τους συμφερόντων.

Άλλα σημαντικά ζητήματα σχετικά με τη διαφάνεια των μέσων ενημέρωσης έχουν να κάνουν με τη διαφάνεια της χρηματοδότησης. Η διαφήμιση εξακολουθεί να είναι μια σημαντική πηγή εσόδων για τα μέσα ενημέρωσης; εάν τα μέσα εξαρτώνται από σημαντικούς διαφημιστές, αυτοί μπορούν να ασκήσουν πίεση στο δημοσιογραφικό έργο. Και τι γίνεται με τη δημόσια χρηματοδότηση; Πώς υποστηρίζουν τα κράτη τη δραστηριότητα των μέσων ενημέρωσης; Υπάρχει χώρος για πολιτική πίεση;

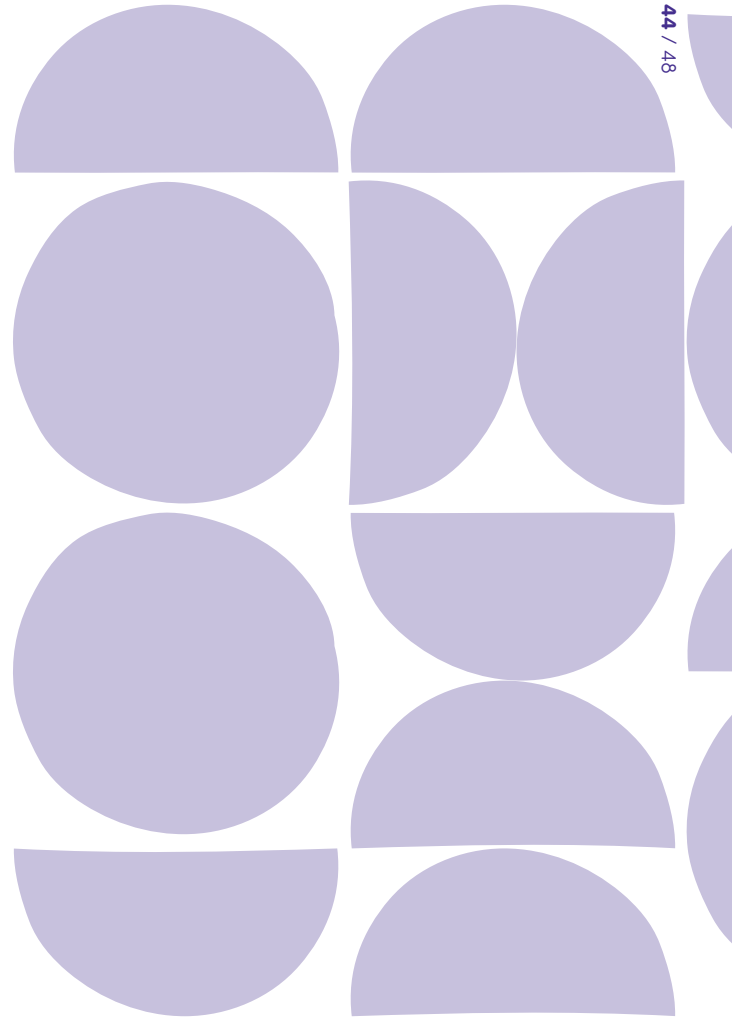
Οι μαθητές πρέπει να βρουν ένα παράδειγμα μιας επιχείρησης ΜΜΕ για κάθε ένα από αυτούς τους τύπους ιδιοκτησίας στη χώρα τους. Εάν δεν υπάρχει, θα πρέπει να αναζητήσουν παραδείγματα σε μια γειτονική χώρα που μοιράζεται την ίδια γλώσσα για παράδειγμα ή σε άλλες χώρες.

Περαιτέρω υλικό: Θα είναι διαθέσιμη μια απλοποιημένη έκδοση των δεικτών Eurotop και ενός εργαλείου οπτικοποίησης. Ο δάσκαλος μπορεί επίσης να συστήσει στους μαθητές να παρακολουθήσουν παραγωγές που εστιάζουν στη δύναμη των μονοπωλίων των μέσων ενημέρωσης και στη διαδικασία παραγωγής ειδήσεων. Παραδείγματα: Tomorrow Never Dies ή The Newsroom.

ΜΑΘΗΜΑ 4 – ΟΜΑΔΙΚΗ ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΘΕΜΕΛΙΩΔΕΙΣ ΔΗΛΩΣΕΙΣ

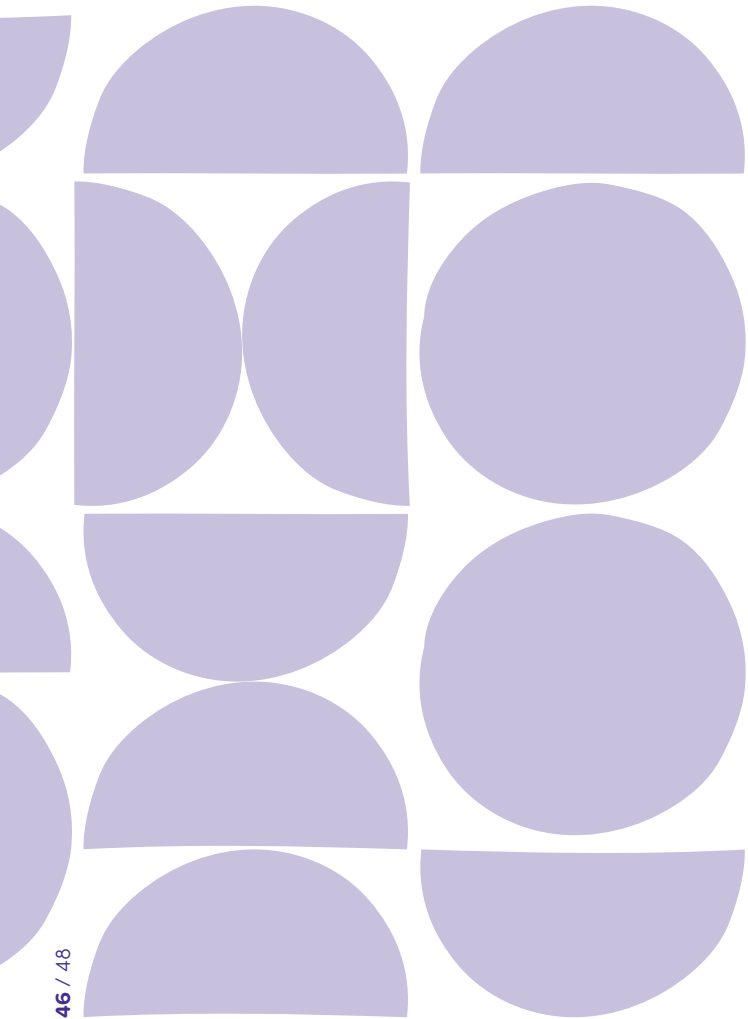


Οι μαθητές πρέπει να μάθουν όχι μόνο τι γνωρίζουν από αυτήν την Εργασία (θα αναθεωρήσουν τις κύριες έννοιες και θα τις αμφισβητήσουν με τις ιδέες τους), αλλά και γιατί πρέπει να το γνωρίζουν. Εδώ προτείνονται δύο είδη δραστηριοτήτων - (α) Επεξηγήσεις και Ερωτήσεις και (β) το Παιχνίδι των Δηλώσεων.



ΜΑΘΗΜΑ 5 – ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑ- ΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕ- ΣΜΑΤΩΝ





Οι μαθητές καλούνται να παρουσιάσουν τα ευρήματά τους σε μορφή πολυμέσων της επιλογής τους (βίντεο, αφίσα, δοκίμιο, φωτονουβέλα,...). Οι δάσκαλοι μπορούν να αξιολογήσουν τις δεξιότητες που αναπτύσσονται στις συνεδρίες.

Συγγραφείς

Auksė Balčytienė, Elsa Costa e Silva, Leen d'Haenens, Achilleas Karadimitriou, Mariana Lameiras Sousa, Ricard Parrilla Guix, Ruth Rodríguez-Martínez, Aikaterini Stavrianea, Christos Kostopoulos

Σελιδοποίηση- γραφιστική επιμέλεια

Buro Knal

Συνεργάτες



* «Το EurOMo (Euromedia Ownership Monitor) είναι πιλοτικό έργο με στόχο την ενίσχυση της ανθεκτικότητας των δημοκρατιών της Ε.Ε., ενδυναμώνοντας τους πολίτες με δεξιότητες και ικανότητες επίγνωσης-ευαισθητοποίησης γύρω από τα MME. Ο στόχος αυτός είναι σύμφωνος με το Σχέδιο Δράσης για τη Δημοκρατία στην Ευρώπη που παρουσιάστηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή τον Δεκέμβριο του 2020. Το EurOMo προσφέρει μια δημόσια προσβάσιμη διαδικτυακή βάση δεδομένων με τα πιο σημαντικά ειδησεογραφικά Μέσα σε 15 χώρες της Ε.Ε., και εκθέσεις χωρών στις οποίες αξιολογείται το επίπεδο διαφάνειας αυτής της πληροφόρησης». Ιστοσελίδα: <https://media-ownership.eu/>

