

EUROMO* SEMINARAS APIE ŽINIASKLAIDOS NUOSAVYBĖS SKAIDRUMĄ



Žiniasklaidos ir informacinio raštingumo
seminaras 16–18 metų moksleiviams

TURINYS

2 / 48

Įvadas – p. 3

1 modulis: Naujienų turinio
analizė – p. 28

2 modulis: Pagrindinės sąvokos,
susijusios su žiniasklaidos
nuosavybės skaidrumo analize – p. 30

3 modulis: Žiniasklaidos priemonių
nuosavybės analizė – p. 41

4 modulis: Grupinė diskusija apie
pagrindinius teiginius – p. 43

5 modulis: Audiovizualinis
medžiagos pristatymas – p. 45

2 / 48

ĮVADAS



Seminaro veikla ir tikslai - p. 4

Structure of the workshop - p. 6

Workshop portfolio: contents and
how to use it - p. 9



SEMINARO VEIKLA IR TIKSLAI

Veikla: Žiniasklaidos tyrimų dirbtuvės mokiniams.

Tikslai: Šiuo seminaru siekiama dviejų tikslų:

1. Kaip veikla, didinanti bendrą žinojimą apie žiniasklaidą, šis seminaras yra skirtas ugdyti/stiprinti kritinį mąstymą ir supratimą apie **žiniasklaidos nuosavybės skaidrumo** svarbą demokratinėje visuomenėje.
2. Kaip praktinis moksleiviams skirtas užsiėmimas šis seminaras padeda sustiprinti kritinį mąstymą apie (a) informaciją, gaunamą per įvairias žiniasklaidos priemones, ir suvokimą apie (b) politines/ideologines, ekonomines, socialines galias (pasireiškiančias per žiniasklaidos priemonių nuosavybę).

Su komunikacijos teisėmis susijęs požiūris:

Žodžio laisvė ir galimybė gauti informaciją per bet kokią žiniasklaidą yra visuotinė žmogaus teisė, kuri yra būtina, kad žmonės galėtų naudotis savo teisėmis ir ginti kitų teises. Šioje užduotyje **žiniasklaidos nuosavybės skaidrumas** suprantamas kaip žmonių teisė žinoti, kas yra žiniasklaidos organizacijų savininkai, ir kieno interesams jie atstovauja.

Bendrieji įgūdžiai ir gebėjimai, kurie bus ugdomi vykdant siūlomą veiklą:

- Ieškoti šaltinių įvairiomis kalbomis.
- Vertinti skirtingų šalių ir žurnalistinių kultūrų turinį.
- Kitiškai mąstyti ir priimti informacija grįstus sprendimus.
- Dalytis nuomonėmis ir priimti skirtingus požiūrius.
- Diskusijose atlikti įvairius vaidmenis.

Priemonės: Kompiuteriai/išmanieji telefonai su interneto ryšiu. Medijų dizaino/ redagavimo programos.

Kaip pasiruošti mokytojui: Ieškokite informacijos apie žiniasklaidos galią, žiniasklaidos nuosavybę, demokratiškai funkcionuojančią žiniasklaidą, žiniasklaidos skaidrumą. Mokymosi apie žiniasklaidos galią ir funkcionavimą procese svarbu rasti aiškų analizės objektą ir užduoti tikslingus klausimus. Keletas idėjų – vaizdo įrašuose pateiktoje nuorodoje: [Privačios ir valstybės kontroliuojamos žiniasklaidos priemonės \(Private vs. State-Controlled Media\) \(vaizdo įrašas ir pamoka | Study.com\)](#)



SEMINARO STRUKTŪRA

Seminarui skiriami **du užsiėmimai klasėje**. Kai kurias užduotis pasirinktinai galima atlikti ne pamokų metu (skirti kaip atskirus darbus).

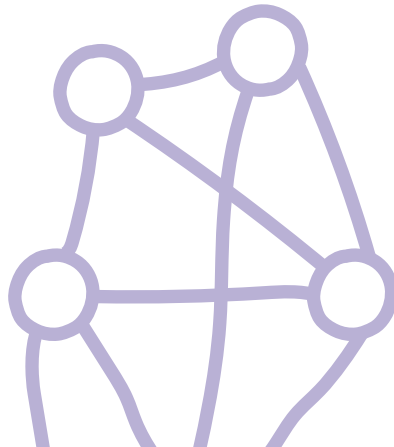
Seminarą sudaro **penki mokymosi moduliai**, kurių kiekvienas trunka 30–45 minutes:

- (1 modulis) **Atidus** žurnalistinio turinio **skaitymas**.
- (2 modulis) **Pagrindinės sąvokos**, susijusios su žiniasklaidos nuosavybės skaidrumo analize.
- (3 modulis) **Žiniasklaidos nuosavybės** analizė.
- (4 modulis) **Grupinė diskusija** apie pagrindinius teiginius.
- (5 modulis) **Audiovizualinis** medžiagos **pristatymas**.

Pirmieji trys mokymosi moduliai (1–3) yra pagrindiniai seminaro moduliai, o 4 ir 5 moduliai yra tobulinimo moduliai. Seminaro suskirstymas į šiuos penkis mokymosi modulius leidžia mokytojams individualiai pritaikyti seminaro planą atsižvelgiant į turimą laiką, kurso bei mokinių kompetencijas, mokymosi tikslus. Pavyzdžiui:

Seminaras: A variantas

- **Pirmoji sesija** (pamokos metu):
 - » **(1 modulis) Atidus** žurnalistinio turinio skaitymas.
 - » **(2 modulis) Pagrindinės sąvokos**, susijusios su žiniasklaidos nuosavybės analize.
- **Antrasis užsiėmimas** (pamokos metu):
 - » **(3 modulis) Žiniasklaidos nuosavybės analizė.**
 - » **(4 modulis) Grupinė diskusija** apie pagrindinius teiginius.
 - » **ARBA (5 modulis) Audiovizualinis medžiagos pristatymas.**



Seminaras: B variantas

- **Pirmoji sesija** (pamokos metu):
 - » **(1 modulis) Atidus** žurnalistinio turinio skaitymas.
 - » **(2 modulis) Pagrindinės sąvokos**, susijusios su žiniasklaidos nuosavybės analize.
 - » **(3 modulis) Žiniasklaidos nuosavybės analizė**, atliekama ne pamokos metu.
- **Antrasis užsiėmimas** (pamokos metu):
 - » **(3 modulis) Žiniasklaidos nuosavybės analizė:** kiekvienos darbo grupės rezultatų pristatymas.
 - » **(4 modulis) Grupinė diskusija** apie pagrindinius teiginius.
 - » **ARBA (5 modulis) Audiovizualinis medžiagos pristatymas.**

Seminaras: C variantas

- **Pirmoji sesija** (pamokos metu):
 - » **(1 modulis) Atidus** žurnalistinio turinio skaitymas.
 - » **(2 modulis) Pagrindinės sąvokos**, susijusios su žiniasklaidos nuosavybės analize.
 - » **(3 modulis) Žiniasklaidos nuosavybės analizė**, atliekama ne pamokos metu.
- **Antrasis užsiėmimas** (pamokos metu):
 - » **(3 modulis) Žiniasklaidos nuosavybės analizė**: kiekvienos darbo grupės rezultatų pristatymas.
 - » **(4 modulis) Grupinė diskusija apie** pagrindinius teiginius
 - » **(5 modulis) Audiovizualinis** medžiagos pristatymas ne pamokos metu.

SEMINARO DARBŲ APŽVALGA: TURINYS IR KAIP JUO NAUDOTIS.



Šioje seminaro darbų apžvalgoje mokytojams pateikiama informacija, modulio struktūra ir seminarui planuoti bei vesti skirta medžiaga. Seminaras susideda iš dviejų užsiėmimų ir galimų papildomų užduočių. Kaip jau nurodyta, pagrindiniai moduliai (1, 2 ir 3) visada turėtų būti seminaro dalimi, o 4 ir 5 moduliai – tai siūlymas, kaip užbaigti seminarą. Čia mokytojai gali rasti mokymosi tikslus, struktūrą, medžiagą ir informaciją, reikalingą kiekvienam mokymosi moduliui suplanuoti bei praveisti.

LENTELĖ, KURIOJE APŽVELGIAMI PENKI MODULIAI

Nagrinėjamų klausimų kategorijos	Naujienos, viešojo intereso naujienos, žiniasklaidos priemonės, žiniasklaidos grupės, visuomeninė žiniasklaida, globalios platformos
Temos svarbos pagrindimas	Žiniasklaidos nuosavybės skaidrumą turėtų tirti visi žiniasklaidos vartotojai (piliečiai, studentai, tyrėjai, politikos formuotojai), laikydamiesi nuostatos, kad nuosavybė gali turėti įtakos žiniasklaidos turiniui ir žurnalistinei praktikai. Naujienų žiniasklaidos priemonių nuosavybė gali būti įvairių formų: valstybinė nuosavybė, šeimos nuosavybė, partijų nuosavybė, viešoji nuosavybė arba korporacinė nuosavybė. Didžiausių susirūpinimą žiniasklaidos nuosavybe žurnalistikoje kelia rinkos koncentracija ir monopolizacija, o taip pat – kokios šių procesų pasekmės žiniasklaidos įvairovei, viešosios nuomonės formavimui, demokratijai bei žurnalistinei autonomijai. Informacijai įtaką visada daro jos autorius (žurnalistas arba medijų turinio kūrėjas). Žmonės pernelyg dažnai nesureikšmina ar nesidomi tuo, kas valdo žiniasklaidą. Tačiau didėjant informacijos srautams ir daugėjant žiniasklaidos kanalų labai svarbu žinoti, kas kontroliuoja informaciją. Visiems turi rūpėti tokie esminiai klausimai: Kas slypi už šios informacijos? Kas valdo ir kontroliuoja žiniasklaidą?

Dalyvių skaičius	15–20 mokinių, suskirstytų į grupes po 3–4 mokinius
Prieš pradedant...	Mokytojo prašoma grupėse užtikrinti šiuos aspektus: • Lyčių lygybė • Patirčių įvairovė (socioekonominiai ir akademiniai aspektai) • Mažumų grupių įtraukimas
Tikslinės amžiaus grupės	16–18
Jums reikės...	Kompiuterio, interneto prieigos, projektoriaus, programų medijų produktams kurti.
Pagrindiniai tikslai	• Ugdyti bei stiprinti kritinį mąstymą ir supratimą apie informacijos tikslumo ir kokybės užtikrinimo svarbą. • Didinti supratimą apie politines/ideologines, ekonomines, socialines galias, išreikštas žiniasklaidos turinyje. • Didinti supratimą apie politines/ideologines, ekonomines, socialines galias ir jų poveikį žiniasklaidos nuosavybei bei žiniasklaidos skaidrumui demokratinėje visuomenėje. • Atpažinti išankstinius įsitikinimus/ klaidingus įsitikinimus, stereotipus, juos kritiškai vertinti.

	• Suprasti savo šalies žiniasklaidos kultūrą ir žiniasklaidos skaidrumo modelį, palyginti jį su kitų geografinių kontekstų žiniasklaidos kultūromis ir žiniasklaidos skaidrumo modeliais. • Įgyti įgūdžių naudoti tam tikras priemones (pavyzdžiui, duomenų bazes), kurios prisidėtų įtvirtinant tai, ko išmokta, ir padėtų mokiniams įveikti būsimus iššūkius.
1 MODULIS Pristatymas- Pradinė apklausa – Naujienų skaitymas- Naujienų palyginimas	MODULIO PRISTATYMAS Trukmė: 30–45 min. Mokytojas pateikia mokiniams kelias naujienas apie klimato kaitą, kurias žiniasklaidos priemonės, priklausančios tai pačiai arba skirtingoms žiniasklaidos grupėms, vertina skirtingai. Kiekviena mokinių grupė turi nustatyti, kokia informacija pateikiama kiekvienoje naujienoje, kokie yra naujienų skirtumai, o taip pat – aptarti žiniasklaidos grupių, kurioms priklauso nagrinėjamas naujienas paskelbusios žiniasklaidos priemonės, misijas. INDIVIDUALI VEIKLA – PRADINĖ APKLAUSA Pradėjęs modulį, mokytojas parengia 10 klausimų interaktyvų klausimyną, kuriuo mokinių individualiai teiraujasi apie jų mokymosi lūkesčius.

KOMANDINĖ VEIKLA

1 UŽDUOTIS: PERSKAITYKITE NAUJIENAS

Mokiniai gauna dvi naujienas, kurias turi išanalizuoti ir atsakyti į šiuos klausimus:

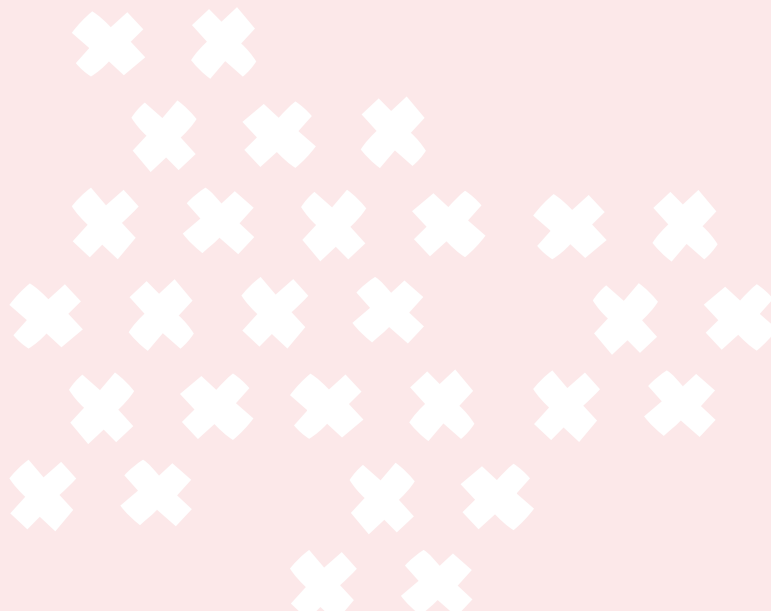
- Ar (jei taip – kokią) informaciją įvairios (priešingos) pusės pateikia kiekviename naujienų straipsnyje?
- Ar vienai pusei skirta daugiau vietos/laiko naujienoje, ar visi šaltiniai turėjo vienodai laiko/vietos išreikšti savo poziciją? Ar žiniasklaidos priemonė yra šališka, ar subalansuota?
- Kokius klausimus uždavė žurnalistai ir kodėl?
- Kas yra šaltiniai ir/arba asmenys, iš kurių imami interviu arba kurie yra cituojami?
- Kokia kalba vartojama? Ar žodžiai neutralūs, ar ekspresyvūs? Kokios antraštės, paveikslėliai ar grafikai naudojami ir kaip?
- Ar padaryta klaidų (faktinių, gramatinių)? Ar jos susijusios su žiniasklaidos tipu?
- Koks yra žiniasklaidos kontekstas? Į ką yra reaguojama? Ar tai yra svarbu?
- Ar naujienoje naudojami netinkami šaltiniai?
- Kokia informacija nėra pateikiama?

2 UŽDUOTIS: NUSTATYTI INFORMACIJOS TIKRINIMO ŠALTINIUS

Nurodykite šaltinius, kuriais remtasi atsakant į šiuos klausimus, ir suskaičiuokite, kiek šaltinių buvo panaudota atsakant į kiekvieną klausimą. Sukurkite vertinimo skalę, kuri leistų mokiniams įvertinti, ar medžiaga tikrai pakankamai/ vidutiniškai/ menkai atsako į kiekvieną iš pasiūlytų klausimų.

3 UŽDUOTIS: PALYGINKITE NAUJENAS

Palyginkite kiekvienos iš tiriamų naujienų vertinimo skalę ir nustatykite, kuri iš dviejų žiniasklaidos priemonių plačiau, išsamiau ir tinkamiau nušviečia tiriamą temą.



2 MODULIS

Pagrindinės sąvokos

MODULIO APRAŠYMAS

Trukmė: 30–45 min.

Mokytojas supažindina su viena ar keliomis pasirinktomis sąvokomis, susijusiomis su **žiniasklaidos nuosavybės skaidrumo** pavyzdžių analize. Ją nagrinėjant, tiriami žiniasklaidos nuosavybės skirtumai:

- Nuo paprastų iki sudėtingų struktūrų, nuo individams iki įmonių grupėms priklausančių žiniasklaidos priemonių pavyzdžių.
- Du modeliai: viešosios žiniasklaidos modelis ir privačios žiniasklaidos modelis.
- Žiniasklaidos nuosavybė ir skaidrumas pasauliniame kontekste.
- Ekonominių ir finansinių veikėjų vaidmuo žiniasklaidos nuosavybės ir skaidrumo atžvilgiu.
- Politikos poveikis žiniasklaidos nuosavybei ir skaidrumui.

UŽDUOTIS: SĄVOKŲ ANALIZĖ

Internete išrinkite keturias temas (žiniasklaidos galia, žiniasklaidos nuosavybė, demokratiškai veikianti žiniasklaida, žiniasklaidos skaidrumas). Galite naudoti bet kokią prieinamą šaltinį – tarkime, straipsnius, vikipediją ir pan. Palyginkite rastą informaciją su pagrindiniais sąvokų apibrėžimais, kurie buvo pateikti seminaro metu.

3 MODULIS

Žiniasklaidos grupių paieška – Žiniasklaidos nuosavybės analizė

MODULIO APRAŠYMAS

Trukmė: 30–45 min.

Ši užduotis skirta padėti mokiniams nustatyti žiniasklaidos grupes, valdančias žinomas ir mažiau žinomas naujienų žiniasklaidos priemones (jei norima pasinaudoti „EurOMo“ duomenų baze, reikia atkreipti dėmesį, jog į analizę įtrauktos tik aktualios naujienų žiniasklaidos priemonės). Taip pat išnagrinėti, kiek šalyje yra žiniasklaidos grupių – kitaip tariant, kiek šalies naujienų ir informacijos žiniasklaidos rinka yra koncentruota. Be to, mokiniams taip pat svarbu pažvelgti ir už savo šalies ribų bei pasidomėti, pavyzdžiui, žiniasklaidos padėtimi kaimyninėje šalyje. Čia galima atsižvelgti į įtakos koncentruotai žiniasklaidos rinkai turinčius elementus: pavyzdžiui, gyventojų skaičių, kalbinės teritorijos ir/arba rinkos dydį, didelių tarptautinių žiniasklaidos korporacijų, kuriose naudojama ta pati kalba, veikimą kaimyninėje šalyje.

1 UŽDUOTIS: ŽINIASKLAIDOS GRUPĖS PAIEŠKA JŪSŲ ŠALYJE

Išsiaiškinkite, kokiai žiniasklaidos grupei priklauso dvi žiniasklaidos priemonės, kuriose buvo paskelbtos naujienos.

Klausimai:

- Kokios yra pagrindinės naujienų ir informacijos priemonės **jūsų šalyje**, skirtos skirtingoms žmonių grupėms (vaikams, jaunimui, senjorams, nepilnamečiams, specialistams ir pan.)?
- Ar galite įvardyti, kokia žiniasklaidos priemonė jūsų šalyje yra valstybinė ar visuomeninė?
- Kokios privačios žiniasklaidos priemonės yra jūsų šalyje?
- Ar jūsų šalyje veikia bendruomeninė žiniasklaida?
- Ar jūsų šalyje yra žiniasklaidos priemonių, kurios (ne)tiesiogiai priklauso politinėms partijoms?
- Ar žinote, kam priklauso jūsų šalies naujienų ir informacijos žiniasklaidos priemonės? Kur reikia ieškoti tokios informacijos apie žiniasklaidos priemonių savininkus?
- Kas yra žiniasklaidos priemonių savininkai jūsų šalyje? Ar jiems priklauso ir kitų kaimyninių šalių žiniasklaidos priemonės?
- Ką žiniasklaidos priemonių savininkai mano apie naujienų ir informacinės žiniasklaidos vaidmenį? Kodėl jie yra žiniasklaidos priemonės savininkai?
- Kokias kitas verslo sritis valdo žiniasklaidos priemonių savininkai? Kaip tai susiję? Ar yra koks nors interesų konfliktas dėl tokios tarpsektorinės nuosavybės?

Mokiniai turėtų atkreipti dėmesį į šiuos aspektus:

- Įvertinkite, kiek sunku yra gauti tokią informaciją.
- Atkreipkite dėmesį, ar šiai informacijai gauti reikia naudotis ne žiniasklaidos priemonių svetainėmis.
- Patikrinkite, kiek laiko reikia šiai informacijai gauti.
- Išanalizuokite, kiek kitų įmonių dalyvauja žiniasklaidos nuosavybės tinkle.

2 UŽDUOTIS: PALYGINTI SU KAIMYBINĖMIS ŠALIMIS

Peržvelkite žiniasklaidos grupių situaciją pasirinktoje šalyje ir palyginkite ją su savo šalies situacija.

Klausimai:

- Kaip galite paaiškinti skirtumus ar panašumus?
- Šiai užduočiai atlikti pasinaudokite mūsų pateiktais „EurOMo“ indikatoriais.
- Kurios žiniasklaidos priemonės yra visuomeninės arba valstybinės?
- Kurios žiniasklaidos priemonės yra komercinės?
- Kurios žiniasklaidos priemonės tiesiogiai priklauso nuo politinių partijų?
- Kuri žiniasklaida yra vadinamoji bendruomenės žiniasklaida?
- Kokie yra šių skirtingų žiniasklaidos priemonių privalumai ir trūkumai, siejant su tuo, kaip jos pateikia naujienas bei kitą informacinį turinį?
- Ar jūsų šalyje žiniasklaida yra labiau (o gal – mažiau?) koncentruota nei kaimyninėse šalyse?

4 MODULIS

Baigiamosios diskusijos – išankstinių nuostatų/ stereotipų paneigimas sekant mokytojo paaiškinimus ir žaidžiant teiginių žaidimą.

MODULIO APRAŠYMAS

Trukmė: 30–45 min.

Šia užduotimi siekiama padėti mokiniams atpažinti savo išankstines nuostatas/ klaidingus įsitikinimus/ stereotipus apie žiniasklaidos nuosavybę (politinę, komercinę, bendruomeninę ar kt.), duomenų apie žiniasklaidos nuosavybę prieinamumą (nuosavybės skaidrumą), žiniasklaidos nuosavybės įtakos formas.

IŠANKSTINĖS NUOSTATOS/ KLAIDINGOS NUOSTATOS/ STEREOTIPAI:

Išankstiniai įsitikinimai – tai bendros žinios, kurias mes visi turime prieš giliau susipažindami su tam tikromis idėjomis. Tai veikiau yra įsivaizduojama idėja – nuomonė, kuri susiformuoja anksčiau, nei įgijamos žinios išsamiau studijuojant reiškinį ar jį patiriant praktiškai. Stereotipai/ išankstinės nuostatos remiasi visuma idėjų apie tai, kaip veikia pasaulis. Šios idėjos gali būti susiformuotos pokalbiuose su draugais ar tėvais, gali būti matytos žiniasklaidoje arba būti nulemtos pačių individų mąstymo įpročių. Išankstinės nuostatos dažnai priešpriešinamos klaidingoms nuostatomis. Kad pakeistų savo klaidingus įsitikinimus, mokiniai turi matyti įrodymus. Pokyčiui reikia ne tik laiko, bet ir kritinio mąstymo bei dalijimosi idėjomis (lyginimo, priešpriešinimo). Stereotipai – tai dažniausiai neteisingi įsitikinimai apie tam tikras grupes. Stereotipai yra giliai įsišakniję mūsų visuomenėje, o skirtinguose kontekstuose/ kultūrose gali atsiskleisti įvairūs stereotipai, susiję su „žiniasklaidos priemonių savininkais“.

UŽDUOTIS: Mokiniai turi išmokyti ne tik tai, **ką jie sužinos** atlikdami šią užduotį (apžvelgs pagrindines sąvokas ir kvestionuos jas savo idėjomis), bet ir žinoti, **kodėl tai svarbu**. Čia siūlomos dviejų tipų užduotys: a) paaiškinimai ir klausimai ir b) teiginių žaidimas.

(a) Mokytojas pateikia svarbų paaiškinimą apie „žiniasklaidos nuosavybę“ ir jį papildo keliais klausimais mokiniams:

- **Paaiškinimas:** Žiniasklaidos savininkai gali daryti įtaką žiniasklaidos turiniui, o jų motyvai gali būti politiniai/ ideologiniai, asmeniniai/socialiniai arba komerciniai.
 - » **K:** Kodėl skirtingų tipų savininkai (politikai, verslininkai, socialinės/ bendruomenių grupės) galėtų būti suinteresuoti turėti žiniasklaidos priemonių?
- **Paaiškinimas:** Žiniasklaidos savininkai yra tie, kurie gali „diktuoti“ žiniasklaidos turinį, nes jie nustato sąlygas, kuriomis veikia naujienų skyrius. Žiniasklaidos savininkai, kontroliuodami **gamybos priemones**, taigi ir išteklių paskirstymą, daro įtaką žiniasklaidos produkcijai. Pavyzdžiui, jei ištekliai yra riboti, kyla pavojus žiniasklaidos pastangoms atlikti tyrimus ar patikrinti faktus. Jei žurnalistams nesuteikiamos transporto priemonės, jie negali išvykti iš redakcijos rengti reportažų ir imti interviu iš šaltinių, todėl dažniausiai remiasi antriniais šaltiniais. Taigi žiniasklaidos priemonių savininkai naudojami įvairių rūšių (finansinė, ideologinė) galia.

» **K:** Kokius žiniasklaidos savininkus žinote – kokias kitas verslo sritis (išskyrus žiniasklaidą) jie valdo?

- **Paiškinimas:** Atsakydami į klausimą, kas valdo žiniasklaidą (kas yra už informacijos?), mes taip pat atsakome į klausimą apie tai, kas valdo valdžią. Vadinasi, duomenų apie žiniasklaidos priemonių savininkus skaidrumas yra svarbi demokratiškai veikiančios ir atskaitingos žiniasklaidos sąlyga. **Viešai prieinami** duomenys apie žiniasklaidos priemonių savininkus leidžia piliečiams laisvai nuspręsti, ar konkrečiais atvejais gali kilti interesų konfliktas. Skaidrūs duomenys taip pat užkerta kelią politinės ir ekonominės galios turėtojams piktnaudžiauti žiniasklaida savo interesams proteguoti.
- » **K:** Kam priklauso svarbiausios naujienų žiniasklaidos priemonės jūsų pasirinktoje šalyje? Kur reikėtų ieškoti tokios informacijos? Kokios strategijos reikėtų laikytis?
- **Paiškinimas: Žiniasklaidos skaidrumas** susijęs su finansavimo skaidrumu. Reklama vis dar yra svarbus žiniasklaidos pajamų šaltinis: jei žiniasklaida yra priklausoma nuo svarbių reklamos užsakovų, jie gali daryti spaudimą žurnalistų darbui.
- » **K:** O kaip dėl viešojo finansavimo? Kaip valstybės remia žiniasklaidos veiklą – kokiomis formomis? Ar visuomeninėje žiniasklaidoje yra vietos politiniam spaudimui?

(b) Mokiniai kviečiami dalyvauti „Teiginių žaidime“, kuriame jie turi užimti tam tikrą poziciją ir ją argumentuoti:

- Mokinių grupės gali pasirinkti vieną iš siūlomų teiginių ir išsamiai pasiruoti pristatyti savo poziciją. Prie kiekvieno teiginio pridedamas papildomas mokytojo paaiškinimas (žr. paaiškinimų skyrių):
1. **Žiniasklaidos nuosavybės koncentracija kelia grėsmę „idėjų rinkai“.** (privalumai ir trūkumai)
 2. **Žurnalistai gali rašyti straipsnius įvairioms žiniasklaidos priemonėms.** (privalumai ir trūkumai)
 3. **Žiniasklaida turėtų skaidriai teikti informaciją apie finansavimo šaltinius.** (privalumai ir trūkumai)
 4. **Žiniasklaida turi būti skaidri, kad būtų apsaugota saviraiškos teisė.** (privalumai ir trūkumai)
 5. **Visuomenė turėtų turėti galimybę spręsti dėl visuomeninės žiniasklaidos turinio.** (privalumai ir trūkumai)

5 MODULIS

**Rezultatų
pristatymas:
žiniasklaidos
produktų kūrimas
ir aktyvumo
apklausa**

MODULIO APRAŠYMAS

Trukmė: Kadangi šis modulis siūlomas kaip veikla ne įprastos pamokos metu, pateikiamas tik apytikslis laiko, reikalingo žiniasklaidos produktui sukurti, įvertinimas. Produkto kūrimas gali užtrukti 20–30 valandų. Pristatymui klasėje kiekvienai grupei skiriama 15 minučių.

Ši užduotis sukurta kaip pasirenkama veikla, kurią mokiniai kviečiami atlikti ne pamokų laiku. Mokinių grupės turėtų pristatyti savo mokymosi rezultatus kaip medijų produktą (naudodami PowerPoint ar įvairių tipų medijų redagavimo programas).

MEDIJŲ PRODUKTAS: Žiniasklaidos produktas: mokiniams siūlomi keli išpildymo variantai – tai gali būti esė, PowerPoint pristatymas, plakatas, fotopasakojimas (nuotraukų serija), vizualinė diagrama (medijų medis), tinklalaidė, skaitmeninė istorija, dienoraštis, karikatūra ar kt. Reikalavimus galutiniams medijų produktams (esė žodžių skaičius, ppt skaidrių pristatymo apimtis, tinklalaidės minučių skaičius ir pan.) turi nustatyti mokytojas, atsižvelgdamas į mokinių amžių ir jų gebėjimus kurti žiniasklaidos produktus.

	KŪRIMO PROCESAS: Dalyvaudami medijų produktų kūrimo procese mokiniai turės pasirinkti vaidmenį (idėjų generatorius, medijų dizaineris, scenarijaus kūrėjas, duomenų rinkėjas ir t. t.). Pradedant kūrybinį procesą mokinių grupių prašoma parengti jiems įkvepiančiais atrodančių pasirinkto tipo (esė, plakatas, tinklalaidė ir pan.) medijų produktų sąrašą. BAIGIAMASIS ETAPAS - APKLAUSA: Mokytojas parengs 10 klausimų interaktyvią apklausą, kurios metu mokinių bus klausiama, kaip buvo patenkinti jų mokymosi lūkesčiai (ką, jų nuomone, jie išmoko, kas jiems patiko ir kodėl, kokios mokymosi proceso dalys buvo sunkios ir kodėl).
Kompetencijos	Įgyjamų kompetencijų tipai: • Skaitmeninė kompetencija • Komunikacijos kompetencijos • Tarpdisciplininės žinios • Tarpkultūrinis sąmoningumas (Europos/pasaulio žiniasklaidos nuosavybės ir reguliavimo požūriai) • Medijų dizainas

Ilgūdžių vertinimas	Ilgūdžiai, kuriuos vertina mokytojas: • Gebėjimas gauti informaciją, jos rinkimas iš įvairių šaltinių. • Gebėjimas vertinti informacijos šaltinius ir žiniasklaidos atsakomybės skatinti idėjas bei formuoti nuomonę apie viešojo intereso temas atpažinimas. • Politinių, ekonominių ir socialinių galių visuomenėje, jų poveikio žiniasklaidai atpažinimas. • Gebėjimas vertinti, kaip šios galios apibrėžiamos ir identifikuojamos žurnalistiniuose pasakojimuose. • Komandos formavimo veikla. • Gebėjimas priimti skirtingus požiūrius.
Nuorodos	• Šoninis skaitymas (angl. lateral reading): https://cor.stanford.edu/curriculum/collections/teaching-lateral-reading/ • SIFT metodas: https://hapgood.us/2019/06/19/sift-the-four-moves/ https://www.notion.so/checkpleasecc/Check-Please-Starter-Course-ae34d043575e42828dc2964437ea4eed • CRAAP testas: https://researchguides.ben.edu/source-evaluation

Alternatyvos

Šiuos modulius (1-5) galima plėtoti naudojant šias alternatyvas:

Moksleivių prašoma išanalizuoti savo šalies atvejus (naujienas, žiniasklaidos nuosavybės struktūras) ir palyginti rezultatus su kitų šalių žiniasklaida. Taip besimokantiems lengviau pamatyti savo šalies ir kitų šalių panašumus bei skirtumus.

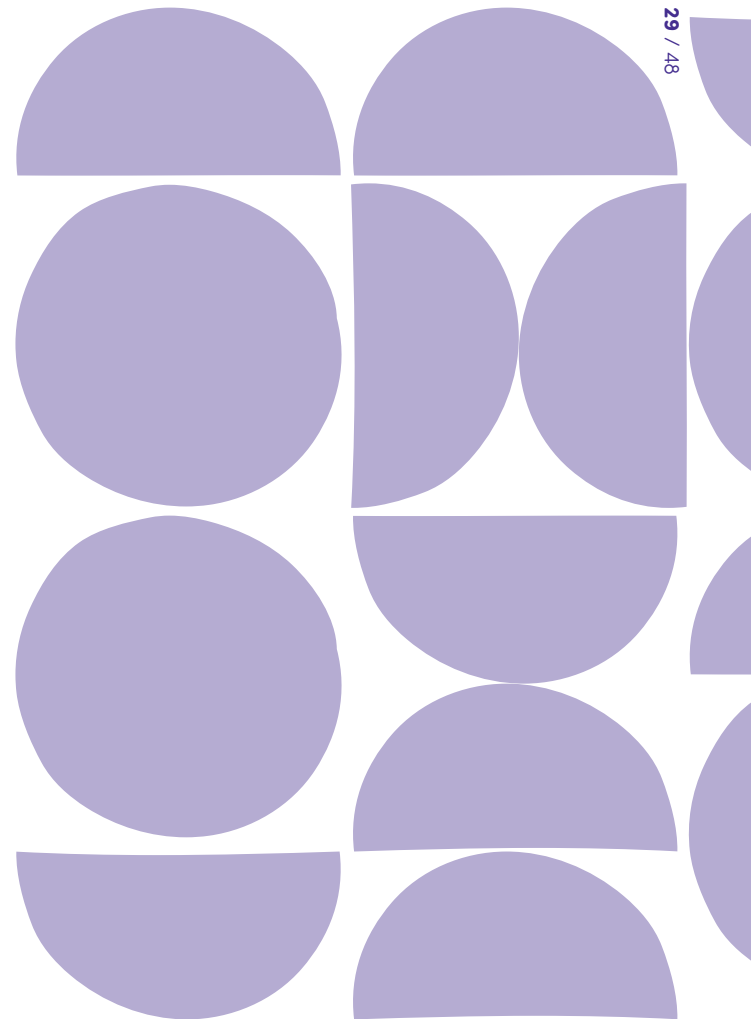
PENKIŲ MODULIŲ VEIKLOS:

1. Kaip reikėtų analizuoti ir gilintis į naujienas
2. Teorijos ir sąvokų mokymasis
3. „Skaidrumo“ idėjos reikšmės paaiškinimas
4. Kaip apmąstyti tai, kas buvo išmokta
5. Mokymosi patirties pritaikymas kuriant medijų produktus

1 MODULIS: NAUJIENŲ TURINIO ANALIZĖ



Šio modulio tikslas – nustatyti, kaip dvi žiniasklaidos priemonės, priklausančios skirtingoms žiniasklaidos grupėms, gali skirtingai pateikti naujieną, susijusią su viešo intereso tema, pavyzdžiui, klimato kaita. Tarkime, mokytojas pasirenka vieną straipsnį, paskelbtą labiau išsilavinusiai ir pasiturinčiai auditorijai skirtame laikraštyje, o kitą straipsnį parenka iš populiaraus, plačiosios visuomenės interesus ir požiūrį geriau atskleidžiančio laikraščio. Mokiniai turi atpažinti šiuos skirtumus ir nustatyti, kokia informacija pateikiama kiekvienoje iš dviejų nagrinėjamų naujienų.



2 MODULIS: PAGRINDINĖS SĄVOKOS, SUSIJUSIOS SU ŽINIASKLAIDOS NUOSAVYBĖS SKAIDRUMO ANALIZE



1 konceptas: Žiniasklaidos galia – p. 31

2 konceptas: Žiniasklaidos priemonių nuosavybė – p. 33

3 konceptas: Demokratiškai veikianti žiniasklaida – p. 36

4 konceptas: Žiniasklaidos skaidrumas – p.37

Mokiniai supažindinami su tokiomis sąvokomis kaip žiniasklaidos galia, žiniasklaidos nuosavybė, demokratiškai veikianti žiniasklaida, žiniasklaidos skaidrumas, žiniasklaidos rūšys (pvz., visuomeninė žiniasklaida, valstybinė žiniasklaida, komercinė žiniasklaida, bendruomenės žiniasklaida, politinėms partijoms priklausanči žiniasklaida). Mokytojams pateikiami trumpi apibūdinimai, kuriuos galima naudoti kaip įvadą.

1 KONCEPTAS: ŽINIASKLAI- DOS GALIA



Šiuolaikinėse demokratinėse valstybėse žiniasklaidos organizacijos atlieka svarbų vaidmenį informuojant visuomenę apie aktualijas ir reikalaujant, kad politiniai veikėjai būtų atsakingi už savo veiksmus ir sprendimus. Šiuolaikinės žiniasklaidos priemonės būdamos „žmogaus tęsiniais“ (McLuhan, 1964) taip pat suteikia piliečiams galimybę lengvai komunikuoti be erdvės ir laiko apribojimų. Apskritai žiniasklaidos galia suvokiama kaip santykių tinklas, įtraukiantis socialinius ir politinius veikėjus, institucijas ir verslininkus – jis lemia tai, kaip pasiskirsto simboliniai ištekliai, formuojantys mūsų suvokimą apie mus supantį pasaulį ir mūsų galimybes jį paveikti (Freedman, 2015). Nepaisant to, žiniasklaidos galios pozityvius aspektus kartais panaikina arba susilpnina tokie reiškiniai kaip žiniasklaidos priemonių savininkų vykdomas manipuliavimas informacija. Šiuo atžvilgiu, nors kasdien gauname didžiulius kiekius informacijos, didelė jos dalis mus gali ir klaidinti. Šios grėsmės kenkia informacijos kokybei ir žiniasklaidos

pluralizmui, jos kyla, be kita ko, iš „didėjančios ekonominių išteklių koncentracijos vos keliose milžiniškose interneto platformose/ žiniasklaidos priemonėse ir dezinformacijos sklaidos, kuriai palankios turimos technologinės priemonės“ (Parcu, 2020).

Literatūros šaltiniai:

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.

2 KONCEPTAS: ŽINIASKLAIDOS PRIEMONIŲ NUOSAVYBĖ

33 / 48

Žiniasklaidos nuosavybė – tai įvairios struktūrinio valdymo formos, kuriomis remdamiesi fiziniai ar juridiniai asmenys daro įtaką visuomenei per žiniasklaidos organizacijos veiklą. Žiniasklaidos nuosavybės raida ir poveikis demokratinei visuomenei priklauso nuo žiniasklaidos sistemos, kurioje vystosi nuosavybė, ypatumų bei specifikos. Kalbant apie naujų žiniasklaidą, nuosavybė gali būti įvairių formų: valstybės nuosavybė, šeimos nuosavybė, partijų nuosavybė, viešoji nuosavybė, įmonių nuosavybė (Sjøvaag & Ohlsson, 2019). Žiniasklaidos priemonių nuosavybė gali būti siejama su finansine ir politine nauda. Su žiniasklaidos priemonių nuosavybės valdymu susiję įvairūs klausimai, o ypač didelį susirūpinimą kelia galimas monopolizavimas arba galios koncentracija žiniasklaidos rinkoje – tie aspektai, kurie daro didelį poveikį viešosios nuomonės formavimui ir demokratijai. Daug savininkų bendrame žiniasklaidos lauke yra demokratinių visuomenių privalumas, lemiantis tinkamas sąlygas pliuralistinei nuosavybei.

Visos žiniasklaidos nuosavybės formos turi privalumų ir trūkumų. Pagrindinę žiniasklaidos nuosavybės struktūrų tipologiją galima apibendrinti taip (Pickard, 2015): Horizontalioji: kuomet juridiniam asmeniui priklauso skirtingi, bet panašūs žiniasklaidos produktai; Vertikali: kuomet juridiniam asmeniui priklauso skirtingi žiniasklaidos priemonių gamybos ir platinimo etapai; Diagonalioji: kai juridinis asmuo yra susijęs su tarpsektorine įvairių žiniasklaidos įmonių nuosavybe.

Nuosavybės struktūroms taip pat gali būti priskiriamos šios kategorijos:

- Visuomeninė žiniasklaida. Ją galima suskirstyti į dvi subkategorijas: a) visuomeninis transliuotojas ir b) valstybinė žiniasklaida.
- Privati ir korporacinė žiniasklaida. Kitaip nei visuomeninė žiniasklaida, ji yra nepriklausoma, pelno siekianti ir išlaikoma pagrįdė pardavimų ir reklamos – ją išlaiko komercinės pajamos.
- Bendruomenės žiniasklaida. Paprastai tai nedidelės platformos, kurioms būdingas

piliečių įsitraukimas, jos priklauso bendruomenei ir nesiekia pelno.

- Partijų ir politikų valdoma žiniasklaida. Šiai kategorijai priskiriamos įvairios partijų kuriamos masinio informavimo priemonės – nuo partijų lankstinukų iki turtingų politikų/verslininkų kontroliuojamų leidinių.

Literatūros šaltiniai:

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>



3 KONCEPTAS: DEMOKRATIŠ- KAI VEIKIANTI ŽINIASKLAIDA



36 / 48

Žiniasklaida atlieka labai svarbų vaidmenį šiuolaikinės demokratijos veikloje, tačiau tam, kad ji galėtų atlikti savo vaidmenį ir skleidžiant informaciją remti demokratijos idealus, pati žiniasklaidos sistema turėtų būti demokratiška savo sandara ir infrastruktūra. Svarbu, kad tiek visuomenė, tiek ir politikos formuotojai turėtų aiškų žiniasklaidos rinkos struktūros ir dydžio vaizdą, kad galėtų suprasti, ar žiniasklaidos rinka gali pasitarnauti demokratijai. Idealiu atveju žiniasklaidos svarba – tai jos galia platinti interpretacines struktūras, idėjas, sąvokas, faktus ir argumentus, kuriais žmonės naudojasi siekdami suprasti politines problemas bei aktualijas. Kita vertus, svarbu įvardinti žiniasklaidos savininkų interesus, nes jie daro įtaką žiniasklaidos turiniui (Murdock ir Golding, 1974). Dar daugiau, vien leidinių skaičius nelemia turinio įvairovės, ko pasekoje nagrinėjant žiniasklaidos sistemą svarbu atkreipti dėmesį ir į turinio bei nuomonių įvairovę bei identifikuoti egzistuojantį turinio įvairiapusiškumą žiniasklaidos rinkoje (Wasko, 1994).

Vienas iš iššūkių demokratiškai veikiančiai žiniasklaidai – **žiniasklaidos nuosavybės koncentracija**. Didėjančios sąnaudos įeiti į žiniasklaidos rinką gali apriboti žmonių, galinčių būti žiniasklaidos priemonių savininkais, skaičių ir iškreipti idealizuotą žiniasklaidos vaidmenį (Murdock, 1990). Kartu reikia atsižvelgti ir į kitus veiksnius, nes ryšys tarp žiniasklaidos nuosavybės koncentracijos ir nuomonių įvairovės nėra tiesinis – ne mažiau svarbu rinkos dydis ir struktūra, turinio įvairovė, šaltiniai ir inovacijų tendencijos (Doyle, 2012).

Literatūros šaltiniai:

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.

4 KONCEPTAS: ŽINIASKLAIDOS SKAIDRUMAS



38 / 48

Nepriklausoma naujienų žiniasklaida yra vienas svarbiausių šiuolaikinės demokratijos ramsčių, neretai dar vadinama “ketvirtąja valdžia”. Šiuolaikinėje demokratijoje žiniasklaidos užduotis – teikti piliečiams informaciją, kuri padeda jiems susidaryti savo nuomonę ir priimti politinius sprendimus remiantis daugiau informacijos (Williams, Delli Carpini, 2011). Taip pat žiniasklaidai ne mažiau svarbu ir atlikti “sarginio šuns” funkciją – reikalauti, kad valstybės ir verslo sektoriai prisimtų atsakomybę už netinkamus sprendimus ir piktnaudžiavimą valdžia (Barendt, 2007). Tam, kad žiniasklaida ir žurnalistai galėtų atlikti priskiriamus vaidmenis, būtinas žiniasklaidos nuosavybės skaidrumas. Skaidrumas ypač reikalingas siekiant atsverti mažėjantį visuomenės pasitikėjimą naujienų operatoriais (Karlsson, 2020).

Galingi politiniai ir ekonominiai interesai neretai gali “užvaldyti” žiniasklaidą (Dragomir, 2019) – jie gali daryti įtaką tiek teikiamos informacijos įvairovei, tiek ir žurnalistų gebėjimui kritiškai vertinti valdžią. To pasekoje viešas

informacijos prieinamumas tiek apie tai, kas yra žiniasklaidos priemonių savininkai, tiek ir apie tai, kaip ji finansuojama, yra itin svarbus – tiek žiūrint iš viršaus į apačią, tiek ir atvirkščiai. Skaidrumas iš viršaus į apačią susijęs su žiniasklaidos atsakomybe pilietinei visuomenei, investuotojams bei visuomenei, ir yra siejamas su sprendimų priėmimo procesu. Skaidrumas iš apačios į viršų siejamas su tuo, kiek informacija apie žiniasklaidos priemonių nuosavybę yra prieinama reguliavimo institucijoms (Craufurd-Smith, Klimkiewicz ir Ostling, 2021). Žiniasklaidos priemonių nuosavybės skaidrumas užtikrina, kad politikos formuotojai ir reguliavimo institucijos gautų reikiamą informaciją, kad parengti optimaliam žiniasklaidos rinkos funkcionavimui būtinas taisykles.

Nepaisant to, kad žiniasklaidos nuosavybės skaidrumas pats savaime nėra pakankama demokratinio įsijungimo sąlyga, tiek politikos formuotojams, tiek ir visuomenei tai yra svarbi sąlyga užtikrinant, kad žiniasklaida galėtų atlikti savo vaidmenį demokratijoje.

Literatūros šaltiniai:

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.

Užduotys:

Mokiniai suskirstomi į kelias grupes po 4-5 ir, remdamiesi pateiktomis sąvokomis, diskutuoja (apie 10 minučių), bandydami rasti du pavyzdžius iš savo šalies žiniasklaidos rinkos, iliustruojančius:

- a) vieną teigiamą ir vieną neigiamą žiniasklaidos galios aspektą;

Arba

- b) dvi skirtingas žiniasklaidos nuosavybės formas (pvz. horizontali, vertikali, diagonalioji);

At the end of each team's brainstorming one representative presents to the cohort the selected paradigms aimed at stimulating creative dialogues.

Kiekvienos komandos diskusijos pabaigoje vienas atstovas pristato pasirinktas paradigmas, kuriomis siekiama paskatinti kūrybinį dialogą.

Tada mokiniai suskirstomi į dvi grupes ir, remdamiesi pateiktomis sąvokomis, prašomi dirbti kartu (maždaug 15 minučių). Diskusijos tikslas – sukurti pagrindinę komunikacinės kampanijos žinutę (kuri galėtų būti matoma naujienų portaluose internete). Įsivaizduojamas projektas yra finansuojamas labai įtakingos šalies nevyriausybinės organizacijos, kurios misija – remti ir skatinti žurnalistikos skaidrumą, patikimumą ir nepriklausomumą, siekiant užtikrinti meritokratią ir kompetenciją žiniasklaidos srityje.

Viena komanda rengia komunikacinę kampaniją, akcentuojančių demokratiškai veikiančios žiniasklaidos svarbą, o kita – žiniasklaidos skaidrumo svarbą. Kiekviena komanda pristato savo kampaniją, o ją vertina pristatymuose dalyvauti pakviestas žiniasklaidos ekspertas (gyvai arba nuotoliu).

3 MODULIS: ŽINIASKLAIDOS PRIEMONIŲ NUOSAVYBĖS ANALIZĖ



Žiniasklaidos savininkai gali daryti įtaką žiniasklaidos turiniui. Jų motyvai gali būti politiniai/ideologiniai, asmeniniai/socialiniai, komerciniai, tačiau rezultatas yra tas pats. Žiniasklaidos savininkai yra tie, kurie gali „dikuoti“ žiniasklaidos turinį, nes jie sukuria sąlygas, kuriomis veikia naujienų redakcija. Kontroliuodami gamybos priemones, taigi ir išteklių paskirstymą, žiniasklaidos savininkai daro įtaką žiniasklaidos produktams. Tarkime, esant ribotiems ištekliams kyla pavojus, kad žiniasklaida mažiau dėmesio skirs tyrimams. Jei žurnalistai neturi galimybės naudotis transporto priemonėmis, jie negali išvykti iš redakcijos rengti reportažų ir imti interviu iš šaltinių, ko pasekoje dažniausiai remiasi antriniais šaltiniais. Vadinas, žiniasklaidos savininkai naudojasi valdžia. Atsakydami į klausimą, kam priklauso žiniasklaida, mes taip pat atsakome į klausimą, kas turi valdžią. To pasekoje, skaidrūs duomenys apie žiniasklaidos priemonių savininkus yra svarbus reikalavimas demokratiškai veikiančiai ir atskaitingai žiniasklaidai. Viešai prieinami duomenys apie žiniasklaidos priemonių savininkus leidžia piliečiams laisvai nuspręsti, ar konkrečiais atvejais kyla interesų konfliktas. Be to, skaidrūs duomenys

dar stipriau užkerta kelią politinės ir ekonominės galios turėtojams piktnaudžiauti žiniasklaida savo interesams propaguoti.

Kiti svarbūs žiniasklaidos skaidrumo klausimai yra susiję su finansavimo skaidrumu. Reklama vis dar yra svarbus žiniasklaidos pajamų šaltinis. Jei žiniasklaida yra priklausoma nuo stambių reklamdavių, jie gali daryti spaudimą žurnalistų darbui. O kaip dėl viešojo finansavimo? Kaip valstybės remia žiniasklaidos veiklą? Ar čia yra vietos politiniam spaudimui?

Mokiniai turi rasti savo šalies žiniasklaidos priemonės/prekės ženklo pavyzdį, atitinkantį kiekvieną iš šių nuosavybės realijų. Jei tokių pavyzdžių nėra, reikėtų ieškoti pavyzdžių kitose šalyse.

Reikalinga papildoma medžiaga: yra parengta supaprastinta „EurOMo“ rodiklių versija ir „EurOMo“ vizualizavimo priemonė. Mokytojas taip pat gali rekomenduoti mokiniams pažiūrėti audiovizualinių kūrinių (filmų, serialų ar pan.), kuriuose kalbama apie žiniasklaidos monopolijų galią ir naujienų kūrimą (pavyzdžiui, „Tomorrow Never Dies“ arba „The Newsroom“).

4 MODULIS: GRUPINĖ DISKUSIJA APIE PAGRINDINIUS TEIGINIUS



Mokiniams svarbu ne tik išmokti tai, **ką jie sužinos** atlikdami šią užduotį (apžvelgs pagrindines sąvokas ir kvestionuos jas savo idėjomis), bet ir žinoti, **kodėl tai svarbu**. Tam siūlomos dviejų tipų užduotys: a) paaiškinimai ir klausimai; b) teiginių žaidimas.

5 MODULIS: AUDIOVIZUALINIS MEDŽIAGOS PRISTATYMAS



Mokinių prašoma rezultatus pristatyti parengiant medijų produktą (tai gali būti videopasakojimas, plakatas, esė, fotopasakojimas ir pan.). Mokytojai gali įvertinti užsiėmimų metu įgytus įgūdžius.

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

Maketavimas: Buro Knal

Partneriai:



* “EurOMo” (Euromedia Ownership Monitor) – tai bandomasis projektas, kuriuo siekiama didinti ES demokratijų atsparumą suteikiant piliečiams daugiau žinių apie žiniasklaidą bei jos analizės kompetencijų. Šis tikslas siejamas su Europos demokratijos veiksmų planu, kurį Europos Komisija pristatė 2020 m. gruodį. EurOMo parengė viešai prieinamą internetinę duomenų bazę – joje teikiama informacija apie 15 ES šalių svarbiausias naujienų žiniasklaidos priemones bei šių šalių ataskaitas, kuriose vertinamas skaidrumo lygis*. Daugiau informacijos: <https://media-ownership.eu>.

