

Învăță pentru reușită!

Unitate de conținut 4



SAY:
„BYE, POLARITY“



Co-funded by
the European Union

Cuprins

4	Polarizarea în politică	2
4.1	Introducere (acumularea cunoștințelor) - 10min	2
4.2	Reglarea coexistenței (acumularea cunoștințelor) - 120min	2
4.3	Diversitatea (aplicarea cunoștințelor) - 30min	4
4.4	Legi (acumularea cunoștințelor) - 50min.....	4
4.5	Mass-media (acumularea cunoștințelor) - 50min	5
4.6	Valoarea știrilor (acumularea cunoștințelor) - 20min.....	6
4.7	Încadrarea (aplicarea cunoștințelor) - 30min	6
4.8	Rețelele sociale (acumularea cunoștințelor) - 50min	7
4.9	Știri false (Aplicarea cunoștințelor) - 30min	9
4.10	Propaganda (acumularea cunoștințelor) - 30min	11
4.11	Redacția proprie (aplicarea cunoștințelor) - 120min	12
4.12	Discuții în grup (aplicarea cunoștințelor) - 50min	15
4.13	Crearea rețelelor cu alte școli (asigurarea cunoștințelor) - 10min	16
	Surse	17

4 Polarizarea în politică

4.1 Introducere (acumularea cunoștințelor) - 10min

Ce înseamnă „polarizarea”?

Lumea noastră este un loc divers. Oamenii au idei, nevoi și dorințe diferite, urmăresc scopuri diferite și văd sens în lucruri diferite. Oamenii au idei schimbătoare despre bine și rău, nu toți au avut aceeași creștere și educație, nu au crescut în aceleași circumstanțe și au avut experiențe foarte diverse în viața lor.

Diversitatea poate reprezenta o îmbogățire semnificativă dacă învățăm să o abordăm. Aceasta poate fi o misiune excelentă, mai ales într-o lume în schimbare rapidă, care devine din ce în ce mai apropiată prin tehnologiile moderne. Cu toate acestea, dacă nu învățăm să facem acest lucru, diferitele modele de viață pot duce la mai multe conflicte și dispute. Apariția acestor conflicte se numește *polarizare*. Aceasta înseamnă că printre oameni se dezvoltă *poli* rigizi, care, la fel ca poliul nord și sud al pământului, sunt departe unul de celălalt și pot fi chiar opuși unul față de celălalt. Polarizarea poate apărea în orice situație unde diferite idei, obiceiuri, circumstanțe, atitudini sau așteptări se contrazic și nu sunt mediate între ele. În plus, dacă polarizarea dintre oameni rămâne neabordată, se pot dezvolta multe dificultăți: ignoranță, excludere, ceartă sau chiar violență.

Prin urmare, recunoașterea, abordarea și depășirea polarizării face parte din modelarea unei lumi pașnice, bazate pe comunitate și respect în care toți oamenii își pot găsi locul, atât la scară mică, cât și la scară mare.

Ce este „polarizarea în politică”?

Polarizarea vine în viața noastră, mai ales ca fenomen politic. Se pot dezvolta situații dificile atunci când oamenii se confruntă în viziunile lor despre lume, idei diferite de a trăi împreună și reguli, legi, tabuuri și obiceiuri. Prin politică, nu înțelegem ceva care se întâmplă doar pe internet, în ziare sau la televizor, ci ca participarea noastră la modelarea vieții la comun. Ne angajăm în politică de îndată ce intrăm într-o conversație despre cum vrem să trăim împreună. Acest lucru se poate întâmpla la scară mică sau mare, în sala de clasă, între prieteni și în societate. Vedeti voi: politica este peste tot. Ne vom întreba acum: ce putem face pentru a preveni sau cel puțin a reduce polarizarea?

4.2 Reglarea coexistenței (acumularea cunoștințelor) - 120min

Deveniți conștienți de momentele în care regulile vă determină viața. Acest lucru nu înseamnă doar acele reguli pe care cineva le stabilește sau le pronunță direct. Regulile pot fi, de asemenea, nerostite, tacite sau (presupuse) evidente. Acestea sunt, de exemplu, nu atât legi stabilite, ci mai degrabă obiceiuri, maniere sau politețe. Regulile care sunt stabilite în mod clar se numesc *reguli explicite*. Regulile care au mai multe să fie tacite și pe care nimeni nu le-a notat cu adevărat nicăieri se numesc *reguli implicite*.

Relevanță practică

Formați grupe în clasă. Fiecare grup se ocupă de una dintre următoarele domenii:

- a) clasa de la școală
- b) cercul de prieteni
- c) familia
- d) spațiul public

Găsiți cât mai multe reguli implicite și explicite ale domeniului ales în 20 de minute. Apoi prezentați-le celorlalte grupuri în câteva minute.

Cu siguranță ați observat că există multe reguli explicite și implicite prin care viața noastră comună este modelată. Sunt lucruri care ne sunt permise să le facem și altele care nu sunt, în anumite domenii ale vieții, lucruri pe care trebuie să le facem și nu trebuie să le facem, lucruri pe care lumea le așteaptă de la noi și lucruri pe care ar trebui mai degrabă să le prevenim.

Relevanță practică

Acum comparați domeniile respective între ele. Cercetați dacă și în ce măsură ar putea exista conflicte între diferitele reguli. Poate că există reguli în familia ta pe care școala nu le acceptă sau invers? Poate faci lucruri în cercul tău de prieteni pe care nu le-ai face niciodată în public.

Vorbiți cât mai deschis. Notați-vă comparațiile și mai ales zonele de tensiune dintre diferitele domenii ale vieții împreună.

Polarizarea apare la astfel de puncte de presiune. Apare atunci când anumite sisteme de reguli care ne modelează viețile împreună pot intra în conflict unele cu altele. Poate că sunteți obișnuiți ca anumite lucruri să fie făcute într-un anumit mod, iar aceasta este o convingere sigură. Dacă atunci cineva le face într-un mod complet diferit sau se așteaptă să nu le faceți sau să le faceți într-un mod complet diferit, acest lucru duce adesea la furie. Polarizarea poate apărea din astfel de momente de iritare dacă nu vorbim despre asta. Prin urmare, vom vorbi despre asta.

Relevanță practică

Lucrăm acum la afișe despre cum poate apărea polarizarea prin conflicte asupra regulilor și mai ales cum poate fi prevenită această polarizare sau, dacă a apărut deja, cum poate fi redusă. Amintiți-vă: nu există doar reguli scrise și comunicate clar între oameni (= reguli explicite). Există și reguli implicite, iar acestea se așteaptă în mod tacit de la noi.

După ce ați completat bine afișele, treceți imediat la întrebările: Ce ar trebui făcut acum? Care dintre reguli ar trebui să fie tratată pentru a preveni sau cel puțin a minimiza formarea polilor între oameni? Ce contribuții trebuie așteptate de la cine?

Pe baza acestor întrebări, creați împreună o grilă în care introduceți răspunsurile.

Aveți acum o bună imagine de ansamblu asupra apariției polarizării prin conflicte de reguli, care ar trebui să fie luate în considerare atunci când modelăm coexistența.

4.3 Diversitatea (aplicarea cunoștințelor) - 30min

În special în viața noastră socială comună, întâlnim în mod repetat diferite reguli implicite și explicite pe care trebuie să le respectăm. Acest lucru afectează multe domenii ale vieții noastre:

- Grupuri ocupaționale
- percepții de gen
- religie
- obiceiuri culturale
- grupe de vârstă
- Internet
- aspectul fizic
- ...

Relevanță practică

Selectați unele dintre domeniile vieții menționate mai sus sau alte zone în care identificați o potențială polarizare pe baza unor reguli implicite și explicite în aceste domenii ale vieții. În funcție de cât timp aveți la dispoziție, puteți cerceta zonele individuale de pe internet și alte media și puteți efectua sondaje.

În cele din urmă, nu numai că trebuie să fi găsit potențialul de polarizare, ci să și formulați posibilități concrete de acțiune pentru a-l reduce: de exemplu, „S-ar putea...” // „Ar fi avantajos dacă...”. Rezumați acest îndemn la acțiune într-o platformă digitală comună, cum ar fi Google Drive, Dropbox sau oricare alta, și prezentați-l online.

4.4 Legi (acumularea cunoștințelor) - 50min



Legile sunt reguli explicite care oferă un cadru pentru coexistență. Legile nu reglementează doar ceea ce avem voie să facem și ceea ce nu avem voie să facem, ci ajută și la stabilirea a ce ar trebui și ce nu trebuie să facem, ce se așteaptă de la noi în anumite situații și cum ar trebui să ne comportăm (amintiți-vă, de exemplu, că în multe țări sunteți obligat prin lege să oferiți ajutor dacă cineva are nevoie; legile stabilesc, de asemenea, de exemplu, ce drepturi are o persoană față de o altă persoană sau de stat).

Relevanță practică

Căutați online în perechi sau în grupuri. În multe țări, majoritatea legilor sunt disponibile online. Ca clasă, alegeți unul sau mai multe domenii ale vieții (de exemplu, educație, muncă, mediul înconjurător) ale căror legi doriți să cercetați și să aflați.

Apoi aflați în ce măsură legile din acest domeniu al vieții încearcă să prevină posibilele conflicte și polarizarea. Gândiți-vă, de exemplu, la drepturile fundamentale, cum ar fi drepturile de libertate și de egalitate,...

Apoi, aflați, de asemenea, unde legislația pe care o examinați poate promova uneori polarizarea, deoarece, de exemplu, pare nedreaptă sau dezavantajează anumite persoane și îi favorizează pe alții.

Rezumați-vă descoperirile și prezentați-le unul altuia. Apoi discutați ce ar trebui făcut.

Ca sarcină suplimentară, puteți încerca, de asemenea, să aflați ce aspecte din situația juridică pe care ați investigat-o sunt susținute de forțe politice din țara voastră.

4.5 Mass-media (acumularea cunoștințelor) - 50min

Mass-media influențează foarte mult pozițiile sociale și politice ale oamenilor. Prin urmare, este esențial și în chestiunile de polarizare să cunoaștem influența mass-media și să le putem face față. În spatele cuvântului media există multe formate diferite.

Relevanță practică

De obicei, când ne gândim la cuvântul media, ne gândim la concepte precum internet, rețele sociale, televiziune, radio, ziare,...

Întrebați-vă clasa ce alte domenii ale mass-media cunoașteți. Apoi faceți o listă cu formatele individuale pe care le cunoașteți, de ex. anumite ziare, anumite canale sau programe TV, anumite canale de social media sau creatori de conținut etc.

Apoi discutați împreună cum ați evalua calitatea formatelor de mass-media enumerate folosind următoarele întrebări:

- Credibilitatea informațiilor?
- inteligibilitatea informațiilor?
- Utilitatea informațiilor?
- Valoarea de divertisment a informațiilor?

Apoi discutați în ce formate de mass-media aveți încredere și de ce.

4.6 Valoarea știrilor (acumularea cunoștințelor) - 20min

Probabil ați observat că diferite formate media, cum ar fi programele de televiziune, anumite ziare, reviste sau creatorii de conținut special de pe internet, tratează informațiile în moduri foarte diferite. Un ziar pune în valoare explicații lungi și detaliate, celelalte titluri scurte și multe imagini. Un creator de conținut creează videoclipuri lungi în care tratează subiecte în detaliu, iar celălalt creator de conținut încearcă mai degrabă să-și facă publicul să râdă.

Acest lucru se datorează faptului că diferite formate media urmează *valori diferite ale știrilor*. Valoarea unei știri este ceea ce dă stilul unei știri și determină modul în care este prezentată.

Distingem trei valori centrale ale știrilor:

- a) Valoarea informațiilor și a cunoștințelor: mesajul este orientat în primul rând spre extinderea cunoștințelor, făcând lumea mai ușor de înțeles sau explicând complexitatea unei probleme.
- b) Valoarea utilității: mesajul este destinat în primul rând să ajute oamenii în viața de zi cu zi și să-i ajute să-și găsească drumul.
- c) Valoarea divertismentului: mesajul ar trebui în primul rând să provoace emoții și astfel să distreze. Ar trebui să-i facă pe oameni să râdă sau să provoace furie, să revolte sau să provoace consternare.

Relevanță practică

Diferitele formate media pleacează de obicei una dintre cele trei valori de știri în centrul raportării și procesării informațiilor. Cu clasa, verificați diferențele medii pe care le cunoașteți pentru valorile lor de știri (internet, ziare, programe TV, emisiuni radio,...).

Dacă puteți, găsiți o problemă actuală și uitați-vă la modul în care diferite formate media o raportează. Analizați valorile știrilor pe care probabil vor fi folosite ca ghid.

În cele din urmă, reflectați asupra modului în care orientarea către o valoare a știrilor ar putea promova polarizarea. Înregistrați-vă descoperirile pe o tablă comună.

4.7 Încadrarea (aplicarea cunoștințelor) - 30min

Probabil știți vechea întrebare: paharul este pe jumătate plin sau pe jumătate gol? Cu această întrebare, dorim să demonstrăm un fenomen foarte particular numit încadrare. Gândiți-vă astfel: indiferent de răspunsul pe care îl dați, este adevărat că paharul este într-adevăr atât pe jumătate plin, cât și pe jumătate gol. Cu toate acestea, declararea acestuia ca fiind „jumătate plin” sau „jumătate gol” schimbă modul în care *sunt percepute informațiile*.

Iată un alt exemplu: Un nou sistem de frânare a mașinii este anunțat pe piață, intră pe piață și este anunțat. După teste și studii ample, reclama poate spune următoarele:

- a) Sistemul de frânare duce la o reducere a accidentelor în 90% din cazuri.
- b) Sistemul de frânare nu prezintă niciun efect în 10% din cazuri.

Ambele mesaje sunt adevărate. Totuși, pe care credeți că-l va alege compania?

Se folosește și *încadrarea*. Acest cuvânt vine din cuvântul *cadru*. O informație este încadrată într-un anumit fel, astfel încât să se simtă într-un anumit fel. Aceasta se numește informație de *încadrare*. Poate fi încadrată după limbaj, dar și prin poze. Cadrele nu sunt *minciuni*, dar ne fac să percepem și să simțim informațiile într-un anumit fel.

Relevanță practică

În perechi, examinați diferite formate media și determinați cum încadrează informațiile. Poate fi util să căutați rapoarte diferite pe același subiect. Veți afla apoi rapid ce cadre sunt aplicate informațiilor raportate, astfel încât acestea să fie puse într-o anumită lumină.

Apoi accesați trends.google.com. Puteți urmări modul în care anumiți termeni de căutare s-au dezvoltat în diferite perioade și zone geografice. Comparați diferite cadre între ele. Adică nu comparați subiecte diferite, ci termeni diferiți care au legătură cu același subiect (de exemplu, „schimbări climatice”, „criză climatică” și „catastrofă climatică”). Aflați ce cadre există în public.

Comparați rezultatele în clasă și apoi reflectați asupra modului în care încadrarea informațiilor poate contribui la polarizarea oamenilor. Gândiți-vă la ce ați putea face pentru a preveni polarizarea prin încadrare.

4.8 Rețelele sociale (acumularea cunoștințelor) - 50min



Un teren foarte influent pentru apariția polarizării prin intermediul mass-media sunt *rețelele sociale*. În primul rând, enumerați, în clasă, ce platforme de socializare cunoașteți, și explicați cum funcționează (de exemplu, YouTube, Instagram, TikTok, WhatsApp, Facebook, Telegram,...).

Pentru a înțelege importanța rețelelor sociale pentru polarizare, este imperativ să știți cum funcționează. Fiecare rețea de socializare funcționează cu așa-numiții *algoritmi*. Algoritmii sunt instrucțiuni de program care decid ce vi se arată și ce nu. În acest scop, rețelele sociale colectează date despre dvs. prin comportamentul utilizatorilor, de a derula conținutul și a interacționa cu el. Acesta colectează ce anume selectați cel mai des, unde derulați sau glisați sau la ce vă uitați și pentru cât timp. Pe baza acestor date, vi se arată apoi conținut similar și comparabil pentru a crește timpul

petrecut pe rețelele sociale. Aceasta se numește *Seductive Interaction Design (Design de interacțiune ademenitor)*.

Relevanță practică

Gândiți-vă pe scurt, cu întreaga clasă, care subiecte și conținut ar putea face oamenii să rămână mai mult timp pe rețelele sociale. Enumerați sub forma unei liste.

Dacă vă uitați la lista dvs., este posibil să observați unele aspecte comune ale temelor și conținutului. Există o scară simplă care ilustrează modul în care polarizarea este încurajată sau chiar creată cu anumite subiecte și formate de conținut:

a) Emoționalizarea

Amintiți-vă cum funcționează *algoritmii* pe rețelele sociale. Ele arată în primul rând acele lucruri pe care se face clic frecvent, sunt vizualizate mult timp sau cu care se interacționează de multe ori (de exemplu, aprecieri, comentarii, distribuiri, ...). Răspunsul este simplu dacă te uiți la ce conținut este acolo unde acest tip de lucruri apar cel mai mult. Este conținutul care *emoționalizează*.

Emoționalizarea înseamnă că ceva declanșează sentimente puternice. Pe rețelele de socializare (dar nu numai acolo!), domnesc, așadar, conținutul și subiectele care *emoționalizează*. Acest lucru se realizează cel mai bine prin subiecte de divertisment, agresivitate, sexualitate sau frică. Din acest motiv, cel mai de succes conținut de pe rețelele sociale (dar nu numai acolo!) este legat, de obicei, de aceste patru domenii. De aici, însă, apare adevărata problemă..

b) Profetie autoîmplinită

Dacă mi se arată în principal conținut din acele zone cu care interacționez frecvent, pe care le privesc mai mult timp sau pe care le transmit, atunci se creează un mecanism de tracțiune. Pentru că cu cât interacționez mai mult cu un anumit conținut, cu atât acest conținut îmi este afișat mai mult. Din acest motiv, apare din ce în ce mai mult că lumea subiectelor și informațiilor este formată în primul rând din subiectele afișate mie și la care reacționez emoțional.

Aceasta se poate dezvolta într-o așa-numită profetie autoîmplinită. Aceasta înseamnă că propriul meu comportament prin care dau clic, apreciez și partajez pe rețelele sociale contribuie la confirmarea opiniilor sau temerilor mele cu privire la un anumit subiect de către postările afișate.

c) Spațiu filtrat

În acest fel, se creează un *spațiu filtrat* pe partea conținutului și a subiectelor afișate pentru mine. Îmi limitez comportamentul informațional din ce în ce mai mult la subiecte selectate și se pare din ce în ce mai mult că lumea este formată în principal din subiectele, conținutul și informațiile afișate mie. Încep să trăiesc din ce în ce mai mult în bula mea și aud puțin sau nimic despre alte subiecte, alt conținut și informații diferite.

În acest fel, se creează o viziune foarte selectivă asupra lumii. De asemenea, îmi afectează contactele din rețelele sociale în pasul următor.

d) Camera cu ecou

Pas cu pas, contactele mele interpersonale se vor concentra și asupra persoanelor din spațiul meu filtrat. Pe de o parte, algoritmul asigură că mi se arată în primul rând persoane cu comportament

similar de utilizator. Pe de altă parte, prin funcțiile de like, partajare și comentarii, mai devreme sau mai târziu voi găsi și eu mai multe persoane cu gânduri asemănătoare și persoane cu alte interese, subiecte sau idei vor fi afișate puțin sau deloc.

Aceasta se numește o cameră cu ecou, adică mă aflu într-o cameră de informații din care exact ceea ce lansez în ea revine ca un ecou. În acest fel, punctele de vedere din bula mea de filtru devin din ce în ce mai înrădăcinate și încep să blochez punctele de vedere alternative, obiecțiile critice și contraargumentele bine întemeiate.

e) Izolarea și polarizarea

Dacă s-a ajuns în punctul în care rămân în primul rând în spațiul meu filtrat, emoționalizant și în camera cu ecou, care confirmă în mod repetat printr-o profeție autoîmplinită ceea ce caut acolo, are loc izolarea de diversitatea lumii. Mă retrag la câteva subiecte și puncte de vedere de care mă agăț și nu mai am timp să reflectez la alternative. Cu alte cuvinte, mă *izolez*.

Dacă alte subiecte, puncte de vedere sau argumente intră în spațiul meu filtrat, îi voi percepe rapid ca adversari, dușmani sau amenințări și îi voi contracara cu un comportament adecvat. Polarizarea plină de conflicte ia apoi locul unei dezbateri binevoitoare și reflexive. Acest lucru este favorizat și de subiectele care provoacă emoții puternice.

Relevanță practică

Acum intrați în grupuri mici. Cădeți de acord asupra unui subiect emoțional și cercetați comportamentul utilizatorului pe rețelele sociale. Căutați în special apariția conflictului și a polarizării și analizați modul în care pașii a - e au loc sau ar fi putut avea loc. La final, prezentați concluziile clasei.

Apoi treceți la munca individuală. Scrieți un jurnal fictiv în care să reflectați asupra comportamentului pe rețelele sociale și să aflați care sunt acțiunile emoționalizante, spațiile filtrate și camerele de ecou dacă și în ce mod vă aflați, probabil, deja în pericol de polarizare.

Dacă nu folosiți rețelele sociale, puteți inventa un utilizator fictiv despre care să scrieți.

Fiți sinceri, nu trebuie să arăți nimănui jurnalul. Este cu scop de autoreflexie.

4.9 Știri false (Aplicarea cunoștințelor) - 30min

În epoca noastră, s-a întâmplat un lucru minunat: este posibil ca din ce în ce mai mulți oameni să obțină mai multe informații și să împărtășească ei înșiși informații cu ceilalți. Niciodată în istoria omenirii nu am fost atât de bine conectați și cu atât de multe cunoștințe.

Din păcate, această deschidere a informațiilor duce, de asemenea, foarte adesea la diseminarea de dezinformări, denaturări deliberate și minciuni. În spatele acestui lucru se află de obicei un obiectiv care trebuie atins prin difuzarea acestei așa-numite *știri false*. Dinamici precum emoționalizarea, spațiile filtrate sau camerele cu ecou acționează, de asemenea, în favoarea știrilor false (vezi exercițiul 4.8). Știrile false pot duce rapid la polarizare, deoarece funcționează de obicei cu imaginile inamicului, adversarii și amenințările.

Relevanță practică

Există multe site-uri pe internet care se angajează să expună știri false și minciuni. Găsiți astfel de site-uri și cercetați subiecte tipice care circulă pe net. Apoi, individual, în perechi sau în grupuri mici, analizați aceste subiecte și prezentați clasei ce este „falsificat” și cum și care sunt faptele.

În funcție de timpul disponibil, puteți, de asemenea, să vă extindeți cercetarea.

Termenul de *cercetare* a apărut în ultimul exercițiu. Arta *cercetării* este unul dintre principalele instrumente împotriva știrilor false și a pericolului de polarizare pe baza acestora. Prin urmare, iată câteva aspecte cheie ale unei *bune cercetări*:

- a) Fiți critic nu numai cu informațiile, ci și cu voi înșivă.

Este ușor să aveții atitudinea următoare față de anumite informații: „nu cred” sau „ar putea fi totul greșit”. A avea această atitudine este mai greu, deoarece pur și simplu nu există suficientă informație, s-ar putea înșela sau pur și simplu s-ar putea înțelege greșit anumite lucruri. Apoi deveniți susceptibil de a cădea în plasa știrilor false. Prin urmare, este important să rămâneți mereu critic cu propria persoană, nu numai cu lumea din jur.

- b) Cercetați diferite surse

Asigurați-vă întotdeauna că informațiile pe care le obțineți despre subiecte nu provin doar din una sau din câteva surse. Cu cât căutați mai multe surse diferite, cu atât viziunea asupra subiectului va deveni mai diversă și cu atât veți putea recunoaște mai bine născocirile. Deveniți un expert cât mai bun.

- c) Ascultați opinii alternative

Este deosebit de important, în cercetarea surselor, să vă uitați la părerile pe un subiect care contrazic părerea proprie. Acest lucru nu înseamnă că trebuie să le credeți imediat, dar este esențial să cunoașteți puncte de vedere alternative pentru a vedea bine diferența dintre ele.

- d) Verificați fiabilitatea surselor

Chiar dacă cercetați multe surse, asta nu înseamnă că toate sunt la fel de importante, semnificative sau bine elaborate. O sursă care a fost rezultatul anilor de muncă academică are o altă valoare decât o sursă care a fost o idee spontană care a pornit din sufrageria cuiva și apoi a fost distribuită pe YouTube. Prin urmare, nu vă uitați doar la diferite surse, ci verificați și calitatea surselor. Este esențial ca sursa să vă ofere o perspectivă asupra propriei sale creații și dezvoltări. Dacă nu, ar putea fi pur și simplu inventat.

- e) Acordați timp cercetării

Puteți observa faptul că cercetarea este o chestiune care necesită timp, obositoare și complexă. Totuși, este necesară dacă nu vreți să credeți tot ce găsiți în mass-media.

- f) Critica media nu este o respingere totală a mass-media

Fiți critic cu *toată* mass-media. Toți ar putea înșela, răspândi minciuni sau produce știri false. Cu toate acestea, o atitudine critică nu este același lucru simpla respingere a tuturor mijloacelor de comunicare sau doar ascultarea celor care corespund părerii tale. Așa ceva nu este o *critică*, ci o izolare completă față de diversitatea lumii. Mai mult, acolo unde există izolare, există polarizare - nu

uitați acest lucru. Mass-media, de asemenea, este făcută de oameni și, prin urmare, adesea pot fi greșite, prost lucrate sau au în vedere scopuri manipulative. Cu toate acestea, retragerea totală din mass-media sau urmărirea doar a anumitor formate media nu reduce polarizarea – nici în fiecare dintre noi, nici în lume.

Relevanță practică

Acum alegeți un subiect individual și parcurgeți pașii a - f. Faceți o prezentare a constatărilor.

4.10 Propaganda (acumularea cunoștințelor) - 30min

O formă periculoasă de transfer de informații polarizante se numește propagandă. Astăzi, propaganda este un termen cu conotații negative (nu a fost întotdeauna cazul) și înseamnă că oamenii vor dezvolta anumite opinii, viziuni asupra lumii și prejudecăți într-o manieră țintită prin manipularea și influențarea informațiilor. Propaganda are întotdeauna polarizarea ca rezultat.

Propaganda urmează anumite tehnici pe care ar trebui să le cunoaștem dacă dorim să reducem polarizarea. Desigur, ea dezvoltă mereu noi forme, așa că trebuie să rămânem vigilenți, dar unele metode de bază rămân mereu. Cele mai importante metode sunt:

- a) Informații inventate sau încadrate

Propaganda funcționează întotdeauna cu încadrare sau știri false. Ați fost deja informați despre acest lucru în exercițiile anterioare.

- b) Imagini antagonice

În propagandă, se construiește o mare varietate de imagini polarizante antagonice. Acestea pot fi anumite grupuri de oameni, anumite instituții sau anumite viziuni asupra lumii sau stiluri de viață. Imaginile antagonice care sunt construite sunt de obicei într-un mod demonizat, adică li se atribuie tot ceea ce este rău în lume, iar susținătorilor propagandei, pe de altă parte, li se conferă un caracter moral, adică înfățișați ca băieții buni.

- c) Categorizarea și simplificarea

Lumea este un loc complex. Propaganda este de obicei simplificată și împărțită în categorii inventate, ușor de înțeles (de exemplu, bine și rău). Acest lucru facilitează manipularea oamenilor, deoarece categoriile simple necesită mult mai puțin efort decât circumstanțele complexe. Categorizarea este însoțită și de o stereotipizare a lumii, adică lumea este explicată prin câteva simple clișee și prejudecăți...

- d) Maximizarea

În propagandă, tot mai multe fapte extreme sunt construite pas cu pas. Ceea ce susține propaganda este prezentat ca fiind absolut pozitiv, iar ceea ce respinge aceasta, ca absolut negativ. Ceea ce vrea să sublinieze este considerat deosebit de important, semnificativ și grozav. Ceea ce nu vrea să plaseze în conștiința oamenilor este fie considerat lipsit de importanță, fie vid, fie nu este deloc diseminat. Maximizarea include, de asemenea, eroismul sau portretizarea pe sine sau a propriului grup ca fiind deosebit de importante. Drept urmare, reprezentarea lumii devine din ce în ce mai extremă și polarizată.

- e) Eufemizare

Un eufemism este un termen menit să facă o stare proastă mai suportabilă prin folosirea unui cuvânt „mai frumos”. De exemplu, în propagandă nu se vorbește de „crimă” ci de „relocare” sau nu de „război”, ci de „operație militară” și altele asemenea. Când această expresie lingvistică obscură sau eufemistică își găsește drum în mintea oamenilor, ei sunt mai susceptibili să creadă că propaganda și acțiunile propagandiștilor sunt prezentate într-o lumină favorabilă.

f) Istorizare

Propaganda funcționează de foarte multe ori justificându-se prin recurgerea la o istorie de obicei distorsionată, încadrată în mod special sau pur și simplu inventată. Faptele istorice sunt distorsionate, falsificate sau scoase din context pentru a acorda un accent deosebit propriei propagande. În acest fel, propaganda justifică adesea și lipsa de alternative la propriile acțiuni (de exemplu, „Nu putem să mai ajutăm situația acum...”).

g) Emotionalizarea

Propaganda funcționează cu emoții simple. Asemănătoare cu celelalte tehnici prezentate, este orientată în primul rând către emoții ușor de generat. Acest lucru se aplică mai ales fricii, mâniei sau urii în legătură cu imaginile antagonice sau euforiei, entuziasmului și certitudinii cu privire la propria propagandă. Aceasta include și tehnici de glorificare și exagerare, în toate direcțiile.

Relevanță practică

În perechi, explorați vastitatea peisajului media (online sau offline). Analizați conținutul pe care îl găsiți în funcție de criteriile prezentate și luați în considerare în ce măsură acesta poate fi deja clasificat drept propagandă.

Prezentați rezultatele clasei.

4.11 Redacția proprie (aplicarea cunoștințelor) - 120min

Astăzi, cunoașterea despre mass-media și cum funcționează este o competență centrală a unei persoane educate politic. Această competență este cu atât mai importantă cu cât mass-media de toate formatele (rețele sociale, internet, televiziune, ziare, radio,...) contribuie adesea la polarizarea societății. Cine are la dispoziție informațiile, le prelucrează și le difuzează, are o mare putere.

Cu toate acestea, am trăit mult timp într-o perioadă în care nu suntem doar consumatori de media și informație. Cel mai târziu, avansul triumfal al internetului ne-a transformat în producători și diseminatori permanenți de informații. Cu alte cuvinte, noi înșine suntem, cu toții, jurnaliști.

Din acest motiv, este o competență la fel de importantă pentru a putea ocupa acest rol de difuzor de informații. Nicio școală nu predă mai bine decât propria ei practică. De aceea, acum ne înființăm propria redacție.



Relevanță practică

Reuniți-vă în grupuri mai mici și formați echipe editoriale. Decideți pe ce mediu doriți să lucrați. Puteți alege între:

- BLOG (ex. site web cu intrări în format text)
- PodCast (ex. format audio, precum radio)
- VLOG (ex. format video, precum TV)

...

Când ați găsit subiectul, gândiți-vă la primii pași:

- Despre ce vrem să raportăm și cum?

Aceasta înseamnă subiectele despre care doriți să raportați. Doriți să vă limitați raportarea la ceea ce se întâmplă la școală sau doriți să raportați și despre evenimentele mondiale? Vreți să fiți un mediu de informare real sau vreți și să comentați lucruri? Ar trebui să existe interviuri? Ce alte formate doriți să utilizați în mediul dvs. (de exemplu, comentariile invitațiilor, comentariile, criticile,...)?

- Cine anume va prelua sarcinile?

Fiecare dintre voi are anumite puncte forte și puncte slabe. În funcție de echipa editorială pe care ați înființat-o, alocați sarcinile astfel încât fiecare să poată juca la punctele lor forte. O persoană ar putea fi mai bună la raportare, cealaltă la organizare, iar a treia este competentă din punct de vedere tehnic (de exemplu, în crearea de videoclipuri, dacă porniți un VLOG).

- Cât de des și prin ce canale dorim să publicăm?

În funcție de mediul pe care l-ați ales, gândiți-vă cât de des doriți să publicați (de exemplu, o dată pe lună, de două ori pe semestru etc.). Luați în considerare, de asemenea, cum vor avea loc publicațiile, de ex. veți crea un canal YouTube? Utilizați alte rețele sociale? Vă tipăriți ziarul la școală sau îl aveți tipărit în altă parte? Dacă există costuri, cum le finanțați? Cum altfel se poate coopera cu școala?

- Alegerea subiectelor: polarizare

Lăsați profesorii să vă ajute. Următoarele aspecte sunt întotdeauna esențiale: Încercați să înțelegeți problemele care s-ar putea polariza prin raportare. Acestea nu trebuie să fie singurele subiecte ale lucrării dvs. editoriale, dar cu siguranță ar trebui să-și găsească locul. Priviți aceste probleme din unghiuri diferite, raportați cât mai obiectiv posibil despre cauze și conexiuni, lăsați oamenii să își spună cuvântul pe picior de egalitate, astfel încât fiecare să își poată forma propria părere. Adoptați neutralitatea pe cât posibil și, acolo unde există conflicte, nu luați doar partea cuiva, ci contribuiți la mediere printr-o prezentare bine gândită. Veți vedea că acest lucru este destul de dificil, dar în același timp este sarcina centrală a presei de astăzi. Dacă vă place și sunteți interesat să lucrați în propriul departament editorial, îl puteți continua pentru mai mult timp. Amintiți-vă de influența voastră în calitate de creatori de media și fiți conștienți de responsabilitatea dvs., astfel încât să nu existe conflicte sau polarizare.

4.12 Discuții în grup (aplicarea cunoștințelor) - 50min

Nimic din lume nu ajută la reducerea polarizării mai bine decât comunicarea unii cu alții, cunoașterea pozițiilor celorlalți și a o înțelege ca oameni, a comunica propriile păreri și, în cel mai bun caz, capacitatea de a cădea de acord.



O modalitate de a aduce în conversație oameni cu poziții diferite asupra problemelor de polarizare este *discuția de grup*. O *discuție de grup* este o discuție moderată în fața unui public în care sunt discutate diferite poziții cu privire la un subiect sau o problemă selectată.

Relevanță practică

Organizați discuții în grup la școală în funcție de posibilități.

Căutați subiecte sau probleme care sunt polarizante. Alcătuiți un panou de 4-6 persoane + moderator. Apoi, abordați acești oameni și invitați-i. Dimpotrivă, puteți configura și un „casting”, astfel încât oamenii să poată aplica pentru panel.

Apoi gândiți-vă când are sens ca discuțiile să aibă loc și unde vor avea loc. Planificați modul în care va fi amenajată locația, ce echipament veți avea nevoie și cât de mult de public doriți.

O altă întrebare crucială este dacă să implicăm sau nu publicul. În acest caz, trebuie să planificăm și modul în care publicul poate participa.

Aceste discuții sunt menite să aibă două efecte:

a) Ar trebui să abordeze problemele polarizante și să servească drept mediere

Gândiți-vă care ar putea fi aceste subiecte - probabil că există deja subiecte în viața de zi cu zi a școlii care provoacă polarizare în școală. Cel mai bine este să invitați 4-6 persoane despre care știți că pot avea poziții diferite pe tema aleasă. Vrem să-i aducem într-o conversație benefică unul cu celălalt.

b) Ar trebui să demonstreze că polarizarea poate fi redusă prin conversație

Este esențial pentru discuția de grup că nu servește doar scopului divertismentului, ci și că scopul său este de a aduce poziții polarizate în conversație și poate chiar să contribuie la reducerea polarizării. Pentru aceasta, persoana care preia moderarea este crucială. Așadar, alegeți bine moderatorul, deoarece sarcina acestuia va fi să se asigure că toate pozițiile sunt suficient abordate, să conducă discuția fără probleme și nu să-și introducă propria părere.

În plus, dacă toți participanții sunt de acord, puteți înregistra discuția și o puteți face subiectul lecțiilor și muncii voastre.

Astfel de discuții pot fi purtate din nou și din nou în diferite setări și frecvențe. Ele pot avea loc în fiecare clasă separat, precum și în întreaga școală. Cu cât acest lucru creează mai mult o cultură deschisă și binevoitoare a discuțiilor, cu atât polarizarea va fi redusă sau prevenită din start.

4.13 Crearea rețelelor cu alte școli (asigurarea cunoștințelor) - 10min

Acum că ați învățat o varietate de moduri de a face față polarizării, este timpul să duceți cunoștințele la alte școli. Faceți un prim plan cu privire la modul de cooperare cu alte școli (de exemplu, campanii în rețelele sociale, discuții, consilii editoriale, crearea de conștientizare a diversității,...). Puteți decide apoi ce doriți să faceți pentru a deveni ambasadori pentru reducerea polarizării dincolo de propria școală.

Surse

Clark, J./Green, M.: Self-fulfilling prophecies: Perceived reality of online interaction drives expected outcomes of online communication, Elsevier, Volume 133, 2018:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0191886917305330>

Jaster, R.; Lanius, D.: Die Wahrheit schafft sich ab: Wie Fake News Politik machen, Reclam, 2019

Keil, M.; Stollenwerk C.: Echokammer, Büchner, 2022

Klemperer, Victor: LTI, Reclam, 2010

Penkwitt, M./Köhler, S./Schlüter, A. (Hrsg.): Inklusion und Intersektionalität in institutionellen Bildungskontexten, Budrich Journals, 12, Nr. 3, 2020

Rajal, E.: „Lügen wie gedruckt“. Meinungsmanipulation: Propaganda und Fake News. Haus der Geschichte Österreich, 2018:

https://hdgoe.at/items/uploads/module_pdf/hdgoe_UM_Meinungsmanipulation.pdf

Reporterfabrik - WebAkademie des Journalismus: Was wird zur Nachricht? – Workshop 103, Kapitel 2: Die Nachrichtenwerte, 2019. In:

https://akademie.reporterfabrik.de/assets/courseware/v1/b76e1ad86adb745fd20c88f62e85c524/asset-v1:Reporterfabrik+103+2019+type@asset+block/Brockenhoff_103_Kap_02.pdf

Selterman, D.: Social Media and the Black Cat Fallacy. Psychology Today. 2021:

<https://www.psychologytoday.com/sg/blog/the-resistance-hypothesis/202110/social-media-and-the-black-cat-fallacy>

Wehling, E.: Politisches Framing, Halem, 2016



www.byepolarity.eu



<https://www.facebook.com/bye-Polarity-103509115621549>



https://www.instagram.com/bye_polarity/



Co-funded by
the European Union

Finanțat de Uniunea Europeană. Punctele de vedere și opiniile exprimate aparțin doar autorilor și nu reflectă neapărat opinia Uniunii Europene sau a Agenției Executive pentru Educație și Cultură (EACEA). Nici Uniunea Europeană, nici EACEA nu pot fi considerate responsabile pentru acestea.

Număr proiect: 2021-1-AT01-KA220-SCH-000032621