

3. Medijski ekosistemi in geo-strategija interneta

Prvi del tega učnega načrta obravnava znanje o ekosistemih digitalnih medijev in dodano vrednost MIL (Medijsko informacijska pismenost).

Drugi del tega učnega načrta, MILAB (medijsko informacijski laboratorij), obravnava praktični pristop k poučevanju o ekosistemih digitalnih medijev.

Nekaj definicij (glej slovar)

- Množični mediji
- Socialni mediji
- Podatki
- Masovni podatki
- Digitalni razkorak
- Odprtokodni standardi

Izhodišča

I. DEL Pridobivanje znanja

1. Pred ekosistemi digitalnih medijev
2. Digitalni medijski ekosistemi v povezanem svetu
3. Karakteristike
4. Priložnosti in tveganja
5. Učni cilji, kompetence in dodana vrednost MIL
6. Evalvacija
7. Gradivo

II. DEL MILAB

- Dejavnosti 1. faze
- Dejavnosti 2. faze
- Dejavnosti 3. faze

I. DEL (srečanja 4 x 45 MIN)**1. Uvod (20 MINS)**

Pogovorite se o medijih pred digitalno dobo. Poglejte tehnologije, ki pomagajo pri izmenjavi informacij in komunikaciji: hitrejši in boljši dostop + demokratizacija

Naj učenci opišejo medije v določenih časovnih obdobjih:

- Predindustrijska doba (pred 1850) : tiskani mediji
⇒ *Npr.: časopisi; revije; knjige*
- Industrijska doba - 1. faza (1850-1920): električni signali zvoka
⇒ *Npr.: telegraf, telefon*
- Industrijska doba -2. faza (1920-1990): analogni mediji (kino, televizija, radio)
⇒ *Npr.: filmi z zvokom; komercialni radio in televizija*
- Elektronska doba (1990--): internetni multimedijски digitalni medij (socialni mediji...)
⇒ *Npr.: Blogi, spletni radio, YouTube; Instagram; Facebook, mešane informacijsko-zabavne platforme, kot je Netflix ...*
- V prihodnosti: trans-medijaska konvergenca, mediji z umetno inteligenco, ... in druge nove tehnologije
⇒ *Poglobljeni mediji, mediji, povezani z igro in simulacijo...*

Namig učitelja:

Študentje naj delajo na izdelovalcu digitalnih časovnic, da postavijo lokalna imena podjetij na vsako starost.

Študente prosite, da poiščejo brezplačno orodje za ustvarjanje časovnice

2. Digitalni temelji v povezavi z digitalnim svetom (35 MIN)

Kaj je novega z digitalno dobo? Čezmejni sistem, ki temelji na trdni infrastrukturi izvornih strežnikov in podatkovnih centrov

❖ **Osnovna internetna infrastruktura in geopolitika**

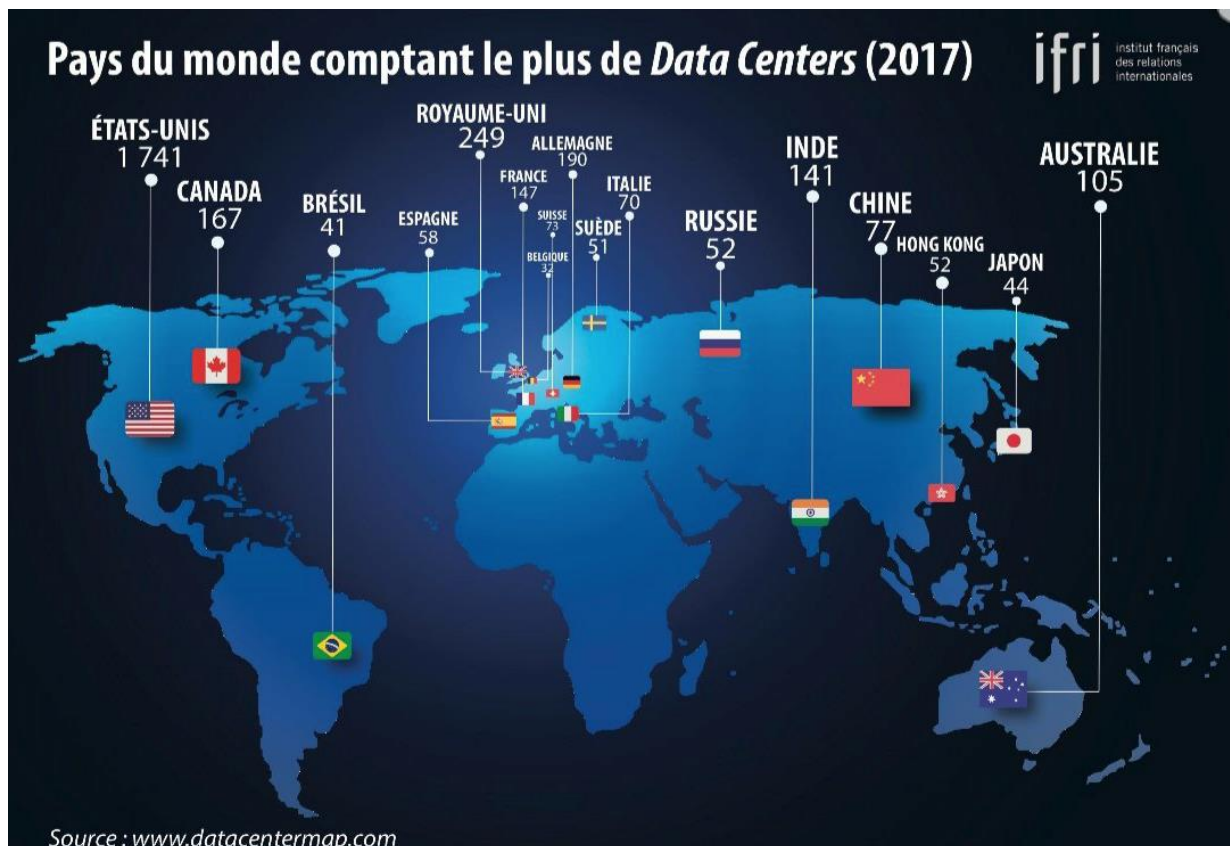
Izvorni strežniki: so vozlišča, ki podpirajo odprt sistem interneta od njegovega nastanka. Skupno jih je 13: deset jih je razdeljenih po celotnih ZDA, da bi zaščitili informacije in celovitost podatkov v primeru tujega napada; trije od njih so v državah, ki so povezane z ZDA (Anglija / Nizozemska, Švedska, Japonska).



Slika. 1: Izvorni serverji

Vir; ICAAN, <https://www.icann.org/resources/unthemed-pages/roberts-testimony-2001-02-14-en>

Podatkovni centri: so krovna infrastruktura, ki omogoča uporabo interneta in vseh njegovih aplikacij (vključno s svetovnim spletom). So lokacije, kjer se večina industrij sveta povezuje za obdelavo podatkov..



Slika 2: države, z večino podatkovnih centrov (zemljevid je na voljo samo v francoščini)

Vir: datacentermap.com, IFRI, 2017

3. Značilnosti ekosistema digitalnih medijev

❖ Razprava: Vaš pogled na karakteristike ekosistema digitalnih medijev (25 MIN)

Predlogi za izhodišča:

- Čezmejno povezovanje ljudi
- Zbiranje podatkov iz vseh držav po svetu, včasih ne da bi državljani teh držav to vedeli
- Demokratiziranje informacij s širjenjem dostopa do njih
- Odsev opozicij hladne vojne? (ZDA-Zahod proti ostalem svetu)
- Ponavljanje velikega neravnovesja, za razliko od ne kolonialnih razmer (celotna območja in celine so brez podatkovnih centrov)
- ...

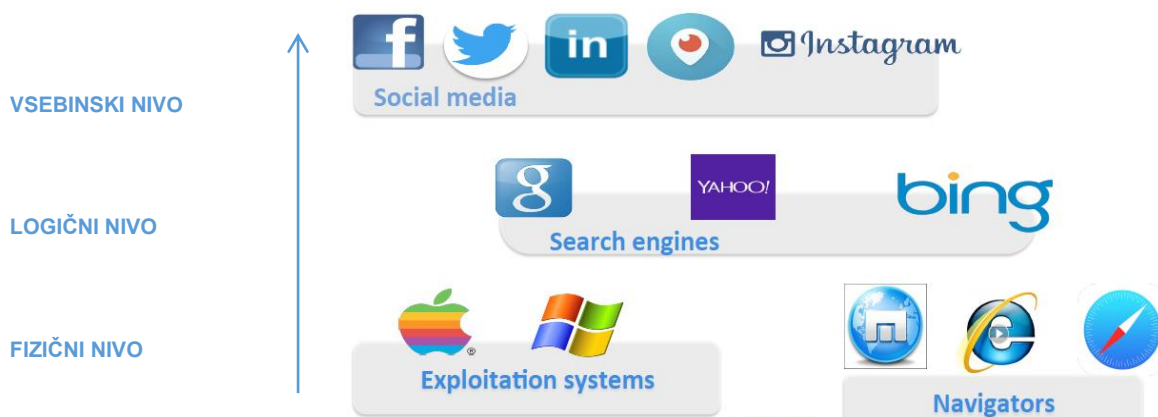
Namig učitelja:

Študente boste morda želeli spodbuditi k razmisleku o zgodovinskih vprašanjih, kot je hladna vojna (ideologije;...) izven množičnih medijev. Študente boste morda želeli spodbuditi k pregledu zemljevidov kolonialnih izmenjav, da bi videli logiko imperijev, gradnjo infrastrukturo za pridobivanje materialov in mineralov, s poudarkom na pristaniščih...

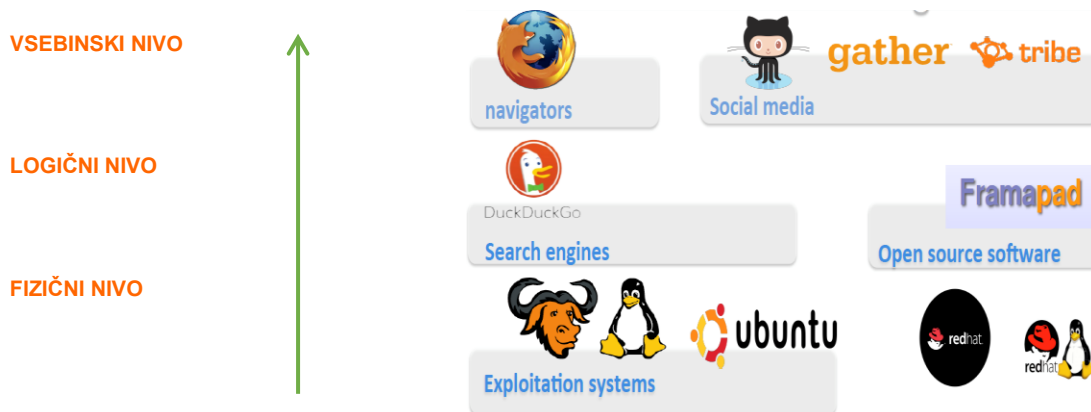
❖ Oblike in nivoji

Internet ne govori samo o "fizičnih nivojih", ki podpira infrastrukturo izvornih strežnikov, podatkovnih centrov in telekomunikacijskih operaterjev, skozi katere potujejo informacije. Obstaja tudi "logični nivo" kod in protokolov, ki nadzorujejo infrastrukturo (programska oprema, aplikacije, ...) in nivo "vsebine", ki vsebuje informacije, ki potujejo po omrežjih (cf Yochai Benkler, 2011).

Ti nivoji pomagajo razumeti novo geopolitiko, ki jo ustvarjajo vseprisotne mreže onkraj državne suverenosti. Zlasti kaže na prevladujoč obstoj komercialne internetne sfere (glej sliko 3), z lastniškimi standardi in alternativnim obstojem sfere odprtih standardov (glej sliko 4), ki promovira informacijsko skupno, torej idejo, da informacije in znanje mora biti dostopno vsem.



Slika. 3 : komercialna sfera interneta



Slika 4: Nadomestna sfera odprtih standardov interneta
Vir: D. Frau-Meigs, 2019

4. Priložnosti in tveganja digitalnega medijskega ekosistema?

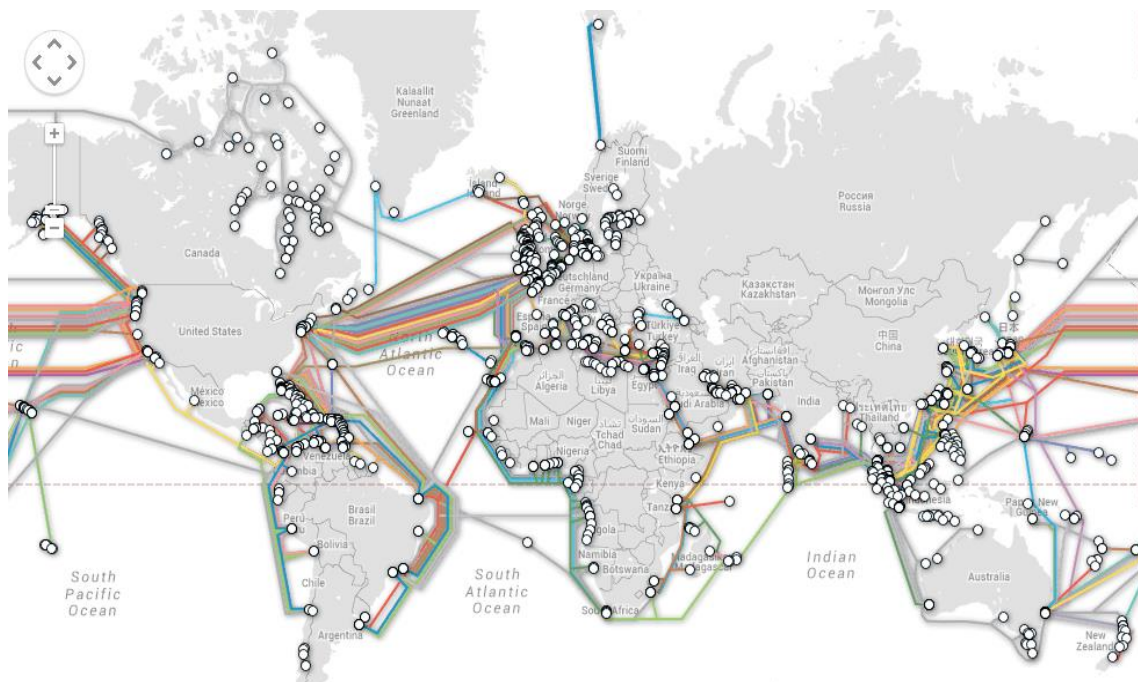
❖ Razprava (15 MIN):

Raziskovanje digitalne delitve in vprašanje DOSTOPA do informacij

Čezmejni in globaliziran dostop do informacij, in tudi digitalni razkorak med dostopnostjo.

Razmislite o zemljevidu internetnih poti podmorskih internetnih kablov (na povezavi si lahko ogledate interaktivno različico.) Poskusite izpostaviti kdo ima dostop do interneta? Kaj lahko sklepate?

Kdo po vašem mnenju nadzoruje dostop do interneta? Katere države in celine so zaostale? Katere imajo največ koristi od omrežja?



Slika 5: Internetne kabelske poti / stare komercialne poti
Vir: <https://www.submarinecablemap.com/>

ALI

Raziskovanje težke ekološke posledice digitalnih medijev

Množični in socialni mediji imajo vpliv na okolje. Onesnaževanje je ena od težav s podatkovnimi centri (napajajo jih fosilna goriva, kot je dizelsko gorivo; hladijo jih pa na dnu oceana ali v nordijskih državah). Enako velja za oblak, lepo metaforo, ki skriva infrastrukturo strežnikov, ki so odvisne od vode za proizvodnjo energije in hlajenje. Množični in socialni mediji počasi uvajajo uporabo obnovljivih virov energije, številne spletne storitve pa povečujejo svoje emisije s širitvijo podatkovnih centrov. Na primer, okrožje Loudoun v Virginiji ureja približno 70% svetovnega spletnega prometa, vendar njegov ponudnik energije, Dominion, zanaša le na 3% svoje energije iz obnovljivih virov. Zato Dominion kljub nevarnosti za okolje močno lobira, za uporabo zemeljskega plina. Druge oblike boja proti podnebnim spremembam je mogoče razložiti tudi z geo-strategijo in ekonomijo medijev, predvsem ko korporativni mediji oblikujejo in posredujejo informacije o okolju, ki pa vključujejo tudi »lažne« novice o podnebnih spremembah.

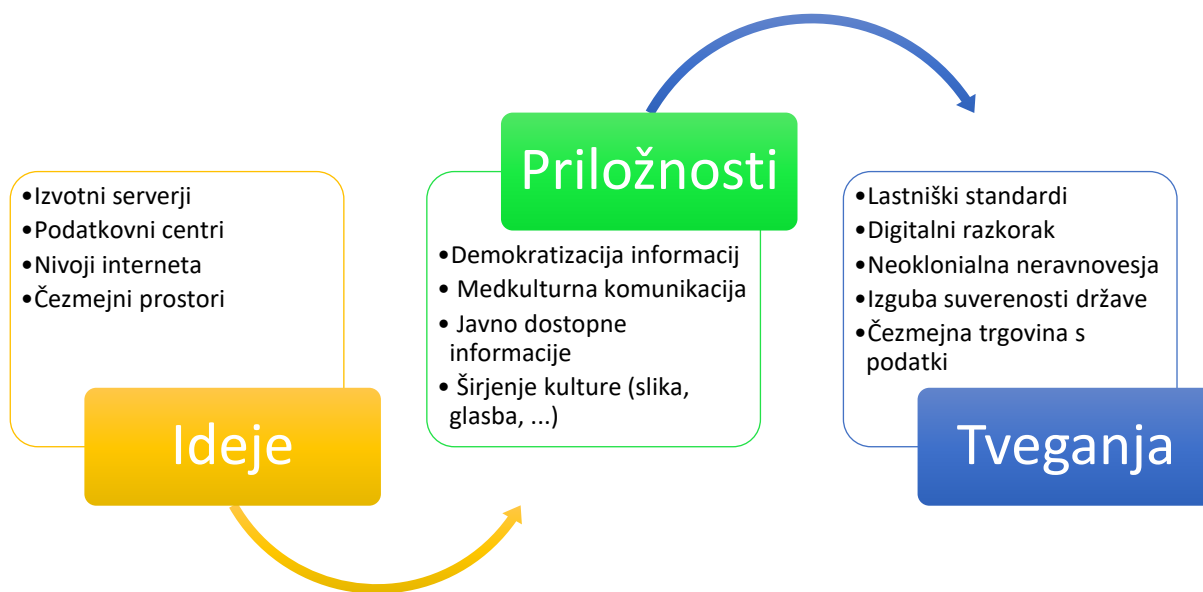
Namig učitelja:

Učeni si lahko pogledajo članek: J. Harris in The Guardian (July 17 2018) "Our phones and gadgets are now endangering the planet" Retrieved from <http://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jul/17/internet-climate-carbon-footprint-data-centres>

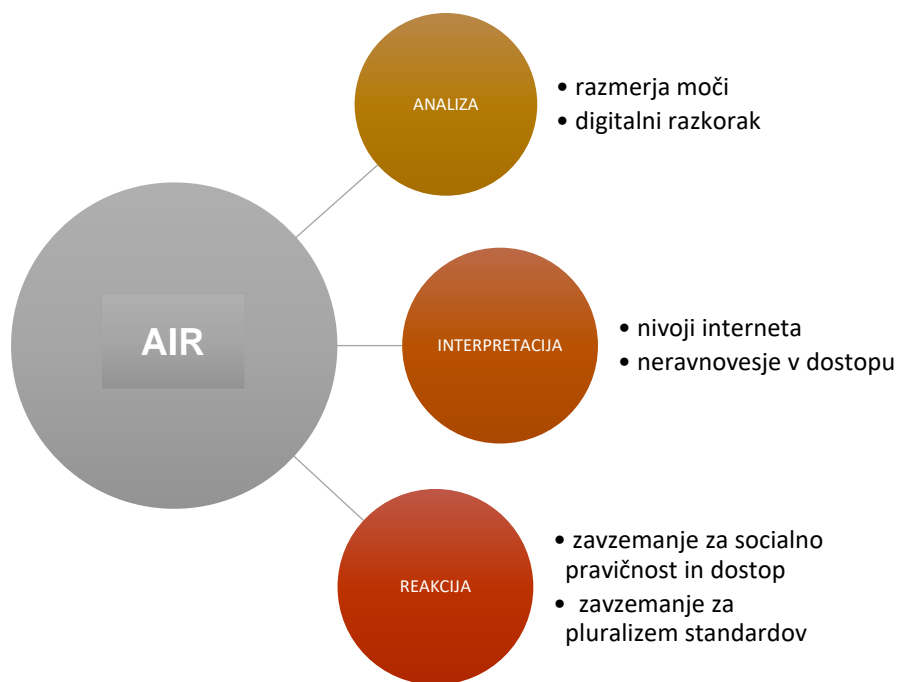
Povzetek

- Digitalni razkorak je mogoče razložiti z geopolitiko interneta (kombinacija hladne vojne in kolonialne zapuščine)
- Odprtokodni standardi kot alternativne možnosti in protiutež komercialnim lastniškimi standardom (za dostop do storitve morate kupiti programsko in strojno opremo)
- Digitalni mediji prispevajo k onesnaževanju: imajo velik odmerek ogljika (z uporabo redkih mineralov, fosilov goriva, vodnega hlajenja...); po navadi premalo ali napačno predstavljajo vprašanja, povezane s podnebnimi spremembami in globalnim okoljem.

❖ Priložnosti in tveganja (20 MIN)

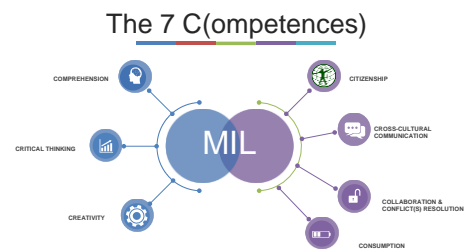


Spodbijanje veščin kritičnega mišljenja študentov : AIR



5. Poudarek na **KOMPETENCAH ZA MEDKULTURNO KOMUNIKACIJO (7C) (10 MIN)**

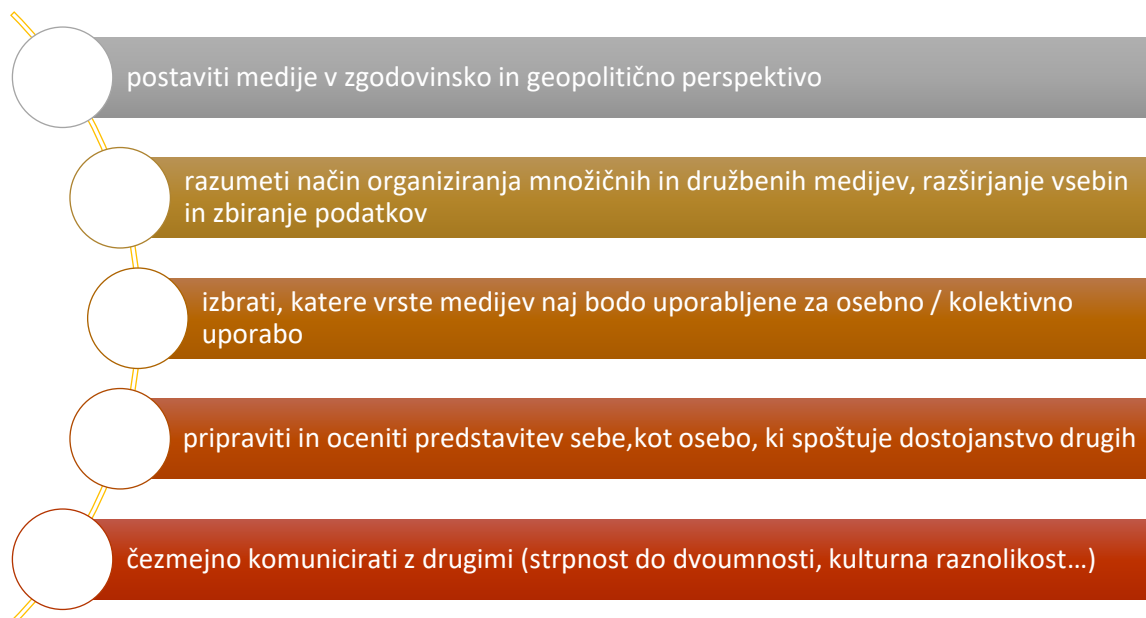
Ta kompetenca omogoča državljanom in uporabnikom, da razumejo kulturno in fizično infrastrukturo interneta ter se zavedajo razmerij moči in delitev. Poudarek je tudi na empatiji do drugih in pomeni strpnost, spoštovanje dostojanstva, pa tudi zavedanje geopolitike izmenjave na spletu in prizadevanja za kulturno raznolikost in odprtost.



Glej uvod in slovar

❖ **Razčlenitve kategorij / kazalnikov kompetenc MIL: MIL KOMPETENCAH ZA MEDKULTURNO KOMUNIKACIJO**

Študenti bi morali biti sposobni:



❖ **MIL dodana vrednost človeških virov:**

- ⇒ dostojanstvo
- ⇒ sodelovanje

4. Srečanje: 45 MIN

6. Evalvacija

Pogovorite se o digitalnem razkoraku: v vaši državi, kakšen je v primerjavi s sosednjimi državami? Kakšno je vaše mnenje o tem? Kako bi lahko odpravili tveganja?

7. Dodatna gradiva (Glejte dodatno točko pri učnem načrtu)

- ⇒ Sklicevanje na druge materiale in vire

- ⇒ Koristne povezave za retoriko
- ⇒ Slovar
- ⇒ Uporabna programska oprema za vključevanje MIL v rezultate učenja (Spletni viri po državah)
https://docs.google.com/spreadsheets/d/10wxgYEe9O8GiSKo8kTjv8uQqpkOeHJp5_k0ytBcZsdU/edit?usp=sharing

Nadaljevanje

II. DEL- MILAB (4 x 45 MIN srečanja, glede na urnik za MIL)

MILAB aktivnosti se oblikujejo v skladu s tremi fazami (1-začetek, 2-svetovanje in 3-poglobitev). Tri stopnje so okvirne. Sledimo jim lahko, kot je predlagano spodaj, ali pa jih uporabljamo v modularnem pristopu „plug-in“, odvisno MIL in / ali stopnje zaželenega rezultata.

Vključujejo več pedagoških dejavnosti, vključno z: delavnicami, igranjem vlog, pisnimi vajami in igrami. Raziskujejo različne medijske formate, kot so blogi, videoposnetki in spletni članki, da bi zgradili sposobnosti kritičnega razmišljanja študentov (AIR).

RAZISKOVANJE DOSTOPA IN MED KULTURNE KOMUNIKACIJE:

Prispevek o družbenih medijih preko tweet-a, objave, zgodbe ...

1. STOPNJA (15-16) : RAZUMEVANJE GEOSTRATEGIJE INTERNETA

- Primerjave (3 X 45 MIN)
*Naj učenci pogledajo sliko. 2. Naj poiščejo podatke i podatkovnih centrih v njihovi državi. Naj analizirajo njihovo lokacijo, moč podatkov in njihov vpliv na okolje. Kaj lahko sklepamo: na kakšni stopnji je njihova država (v primerjavi z drugimi državami, kot so ZDA, Velika Britanija, Francija)? Ali obstaja digitalni razkorak znotraj države? Kakšno je njihovo mnenje?
Naj napišejo zagovorniško pismo svojemu lokalnemu predstavniku, v katerem navedejo argumente v prid večjemu dostopu in večji socialni pravičnosti.*

➤ **EVALVACIJA (45 MIN)**

Napišite primerjavo med komercialno sfero interneta (slika 3) in alternativno sfero odprtega standarda (slika 4).

ali

Izberite en primer komercialnih socialnih medijev (Facebook, Instagram...) in primerjajte z družbenimi mediji z odprtimi standardi (Mastodon, Tribe...)

2. STOPNJA (16-17):

OBVLADANJE EKONOMIJE INTERNETA

➤ Poslovni in oglaševalski model v komercialni sferi (slika 2) (3 x 45 MIN)

V majhnih skupinah naj učenci obišejo spletna mesta Google AdSense in Facebook Audience Network.

Kaj opazijo? Kaj obljublajo te storitve v smislu zaslužka na vsebinah, ki jih objavljajo uporabniki (statistika, plačilo na ogled, dodatni zaslužek)? ...

Z vsem razredom se pogovorite o oglaševalskih ponudbah iz Googla in Facebooka. Katere prednosti ponuja trženje vsebine? Katere so pomanjkljivosti?

Druge možnosti:

Učenci naj pregledajo svojega najljubšega »YouTuber-ja« ali poiščejo "top ten YouTubers" (e.g. PiewDiePie...)

Preverite število njihovih sledilcev, poskusite ugotoviti kakšen poslovni model uporabljajo. (pogled na klike, umestitev izdelka,...). Poiščite članke o njih in kako so vzpostavili svojo spletno tržno identiteto. Pogovorite se o prednostih in pomanjkljivostih svojega trženja na spletu.

➤ **EVALVACIJA (45 MIN)**

Na spletu poiščite seznam desetih največjih medijskih skupin. Preglejte njihove spletne profile na Wikipediji. Napišite objavo za blog o tem, kako nadzorujejo fizični nivo, logični nivo, vsebinski nivo interneta. To objavite.

Namig učitelja:

Ti sezname so enostavno dostopni na spletnih mestih, kot je Statista.com. Opazili boste, da so med prvimi desetimi podjetji, ki nadzorujejo fizični nivo (kot je Comcast), logični nivo (kot Google) ali vsebinski nivo (kot Disney)... Tudi študenti bi jih morali prepoznati...

3. STOPNJA (18-19):

GRADNJA TRAJNEGA OKOLIJSKEGA POGLEDA NA INTERNET

➤ Razvoj ekološkega zagovarjanja z MIL (3 x 45 MIN)

Kako je mogoče narediti internet bolj prijazen do okolja?

Študentje naj delajo v manjših skupinah: pojdite na samooklicane »prijazne do okolja« iskalnike, kot sta Lilo sta Ecosia (po navadi spadajo v področje odprtih standardov, glej sliko 3). Kako prispevajo k bolj ekološkemu internetu? Ali je resnično ali gre za "lažno zeleno oglaševanje", da bi se izognili regulaciji?

Namig učitelja

Lažno zeleno oglaševanje je izraz, ki pomeni, da ljudje verjamejo nekaterim podjetjem, da so ekološko naravnana ("zeleni"), v resnici pa temu namenjajo minimalno pozornost in ustrezajo minimalnim zahtevanim standardom.

Druge možnosti:

Študenti naj raziščejo vse načine, kako lahko spremenijo svojo uporabo interneta, da bi bil okolju prijaznejši in bi s tem zmanjšali svojo ekološko sled. Na primer, kako pogosto čistijo e-poštno sporočilo in dejansko izbrišejo vso vsebino odpadlih sporočil?

Namig učitelja:

Obstajajo spletna mesta, kjer učijo kako to narediti.

➤ **EVALVACIJA** (45 MIN)

Napišite blog ali objavo o okolju prijaznih pobudah nevladnih organizacij, kot sta Clenabit (Apeldoorn "Internet gozd" v letu 2008) ali Climate Neutral (z družbo Computel).

Kaj so vaši sklepi te lekcije, in kako lahko s tem pomagate/doprinesete okolju? Ali je resnično ali gre za "lažno zeleno oglaševanje", da bi se izognili regulaciji?