

W tej ścieżce uczniowie zastanawiają się z jakich mediów korzystają na co dzień oraz jaki mogą mieć na nich wpływ. Wykorzystaj umiejętności aktywnego czytania i słuchania, aby zakwestionować uprzedzenia uczniów na temat pewnych grup społecznych przedstawianych w reklamach oraz zweryfikować jakie techniki manipulacyjne są w nich wykorzystywane.

Tematy

Media, dezinformacja, propaganda, stereotypy, reklamy, wiarygodność

Grupa docelowa

Ścieżka 3 jest odpowiednia dla uczniów w wieku 13 lat i starszych. Zestaw narzędzi online zawiera pytania otwarte, które uczniowie mogą zgłębiać we własnym zakresie. Lekcje podzielone są na:

● proste → ● ● szczegółowe → ● ● ● złożone.

Czego potrzebuję?

Uczeń

laptop/tablet/telefon

słuchawki

dostęp do Internetu

kartka papieru

długopis

(darmowe) konto uczniowskie lub

Nauczyciel:

rzutnik & głośniki

dostęp do Internetu

Struktura

Ta ścieżka składa się z jednej lekcji, którą można podzielić na trzy części. Każda zawiera kilka kroków. W niektórych krokach dostępne są wskazówki i pytania szczegółowe, które pomogą rozszerzyć lekcję. Wskazówki dostępne są w przewodniku dla edukatorów dla każdej lekcji w sekcji „struktura”.

Lekcja

Temat

Czas

Podsumowanie

Używanie mediów, wiarygodność

50-60 min.

Uczniowie najpierw przyjrzą się własnej “bańce” medialnej i przeanalizują, jak korzystają z mediów. Następnie podzielą się i porównają wnioski z innymi uczniami.

Stereotypy, wpływ reklam

50-60 min.

Uczniowie dowiadują się, w jaki sposób stereotypy są wykorzystywane w mediach i jak wpływają one na ich sposób myślenia o otaczającym ich świecie.

Dezinformacja, techniki propagandowe

50-60 min.

Korzystając z historycznych i współczesnych przykładów, uczniowie poznają mechanizmy stosowane w propagandzie i zastanawiają się, w jaki sposób sami mogą ulec takiemu wpływowi.

Lekcja 4.1 | Media i ja

Podczas tej lekcji uczniowie przyjrzą się różnorodnemu i złożonemu światu mediów. Najpierw uczniowie przeanalizują własną "bańkę" medialną oraz to, jak korzystają z mediów. Następnie podzielą się i porównają wnioski z innymi uczniami.

Cele edukacyjne

- Uczniowie zastanawiają się, z jakich mediów korzystają oni i ich rówieśnicy.
- Uczniowie dowiadują się, jakie media mogą mieć na nich wpływ i w jaki sposób

Poziom

Struktura (50-60 minut)

Czas	Kroki	Forma	Wskazówki i pytania szczegółowe
±5 min.	Wstęp Media i ja	Dyskusja w klasie	Poproś jednego z uczniów o przeczytanie na głos wprowadzenia. W ten sposób upewnisz się, że wszyscy zaczynacie razem.
±15 min.	Krok 1 Co widzę?	Indywidualnie/ w parach/ dyskusja w klasie	To szybkie ćwiczenie pokazuje uczniom, że każdy może widzieć różne rzeczy, patrząc na ten sam obraz. Dyskusja w parach jest krótką rozgrzewką, która nie powinna zająć więcej niż kilka minut. Pytanie dotyczące roli jakie odgrywają obrazy w społeczeństwie jest bardziej filozoficzne. Zdecyduj, ile czasu chcesz na to zadanie poświęcić, w zależności od tego, jak prawdopodobne jest, że uczniowie będą zainteresowani. Jest to dopiero początek ścieżki, więc rozmowa powinna być krótka. Pytanie powinno skłonić uczestników do zastanowienia się nad wieloma sposobami wykorzystania obrazów. mówi o wpływie mediów na samoocenę kobiet. Sugerujemy, aby pozwolić uczniom omówić swoje odpowiedzi w małych grupach, dając każdemu większą szansę na rozmowę i poczucie się na tyle komfortowo, aby podzielić się osobistymi przykładami. Należy zdawać sobie sprawę z delikatnego charakteru omawianego tematu.
±5 min.	Krok 2 Rodzaje mediów	Indywidualnie	Uczniowie zastanawiają się nad korzystaniem przez nich z mediów. Nie ma dobrych ani złych odpowiedzi. Jeśli uczniowie wymyślą zróżnicowane słowa, rozważ pogrupowanie odpowiedzi, aby pomóc im uświadomić sobie, że "media" to złożony termin, który może być używany na wiele sposobów. W zadaniu uczniowie mają możliwość podania pięciu przykładów dla każdej kategorii, możesz jednak poprosić tylko o jeden lub dwa przykłady.
±10 min.	Krok 3 Przedyskutuj trzy chmury tagów	Dyskusja w klasie	Upewnij się, że uczniowie czekają, aż cała klasa prześle odpowiedzi, a następnie omów po kolei każdą chmurę tagów lub wybierz jedną, aby omówić ją bardziej szczegółowo. Poproś uczniów, aby zastanowili się, co ich zaskoczyło lub zainteresowało. W kroku 4 uczniowie przyjrzą się bardziej szczegółowo mediom, z których sami korzystają, więc unikaj szczegółowego omawiania konkretnych przykładów.

Czas	Kroki	Forma	Wskazówki i pytania szczegółowe
±10 min.	Krok 4 Twoja bańka informacyjna	Indywidualnie/ w parach	<p>Jeśli uczniowie nie znają koncepcji “bańki”, pozwól im krótko omówić, co według nich może ona oznaczać, a następnie wyjaśnij, że bańka reprezentuje zarówno komfort tego, co jest znane, jak i ograniczenie światopoglądu dla osoby znajdującej się w bańce (która nie widzi nic poza nią).</p> <p>Na tym etapie uczniowie uważniej przyglądają się swojej konsumpcji mediów. Różne zainteresowania i pochodzenie uczniów mogą zostać odzwierciedlone w mediach, z których korzystają. Jeśli przykłady, które podają, są zróżnicowane lub przeciwnie- nie są zróżnicowane, interesujące będzie omówienie, w jaki sposób media wpływają na światopogląd uczniów.</p>
±10 min.	Krok 5 Wiarygodność	W parach/ dyskusja w klasie	<p>Pracując w parach, uczniowie są proszeni o przedyskutowanie, dlaczego niektóre media uważają za bardziej wiarygodne lub godne zaufania od innych. Możesz rozważyć dyskusję w klasie na temat tego, co by się stało, gdybyś spędził/ spędziła tydzień w czyjejs bańce medialnej.</p>

Lekcja 4.2 | Analiza reklam

Uczniowie dowiadują się, w jaki sposób stereotypy są wykorzystywane w mediach i jak wpływają na sposób myślenia o otaczającym ich świecie. Uczniom zostaną pokazane różne reklamy, ich zadaniem będzie wybrać jedną, o której chcą dowiedzieć się więcej. Wszystkie reklamy wykorzystują stereotypy.

Cele edukacyjne

- Uczniowie poznają koncepcję stereotypów i rozważają związek między stereotypami a uprzedzeniami.
- Poznanie koncepcji stereotypów wykorzystywanych w reklamach.

Poziom

Struktura (50-60 minut)

Czas	Kroki	Forma	Wskazówki i pytania szczegółowe
±5 min.	Wstęp Wprowadzenie do analizy reklam	Dyskusja w klasie	Poproś jednego z uczniów o przeczytanie na głos wprowadzenia. W ten sposób upewnisz się, że wszyscy zaczynacie razem.
±5 min.	Krok 1 „Typ naturalny”	W parach	Przykłady podane przez _____ są dobrym punktem wyjścia do zastanowienia się nad tym, w jaki sposób stereotypy są wykorzystywane w reklamach.
±5 min.	Krok 2 Randka	Dyskusja w klasie/ Indywidualnie	Obejrzyjcie _____ razem. Następnie pozwól uczniom odpowiedzieć na pytanie indywidualnie. Jeśli Twoi uczniowie nie są zaznajomieni z przekonaniem, że Holendrzy są oszczędni lub skąpi, spróbuj dowiedzieć się, co wymyślą. Kilka angielskich wyrażeń jest powiązanych z tą ideą: „going Dutch” - podzielić koszty rachunku po równo między uczestnikami, „Dutch treat” lub „Dutch date”, czyli wspólne wyjście do restauracji, gdzie każdy za siebie. Podobnie, na holenderskiej imprezie oczekuje się, że każdy przyniesie własne napoje. To lekkie wprowadzenie pokazuje, jak reklamy „bawią się” narodowymi stereotypami.
±10 min.	Krok 3 Twórcy reklamy	Dyskusja w klasie / w parach	Obejrzyjcie _____ wspólnie i posłuchajcie jak twórcy reklam wyjaśniają swoją metodę. Poczekaj z dyskusją w klasie na koniec tego kroku. Drugi filmik wskazuje, że stereotypy dotyczą delikatnych tematów i że okoliczności, w których są używane i przez kogo są używane ma znaczenie.
±5 min.		Indywidualnie/ Dyskusja w klasie	Przed dyskusją poproś każdego ucznia o podanie przykładu. Na tym etapie warto ograniczyć przykłady do narodowości/krajów, a nie grup mniejszościowych. Ta ścieżka edukacyjna skupia się na stereotypach. Eksperti mają trudności z dokładnym zdefiniowaniem tego, co odróżnia stereotyp od uprzedzenia

Czas	Kroki	Forma	Wskazówki i pytania szczegółowe
			Skorzystaj ze słownika, aby zapoznać się z tymi terminami. Główną różnicą jest to, że stereotypy są często uważane za obraźliwe. Warto podkreślić jednak, że opinie na temat tego, co jest, a co nie jest obraźliwe, mogą znacznie się różnić.
±15 min.	Krok 4 Do zaakceptowania czy nie?	Indywidualnie/ Dyskusja w grupach	<p>Uczniowie najpierw indywidualnie wybierają reklamę i odpowiadają na pytania.</p> <p>Reklamy wykorzystują obrazy seksistowskie, antysemitowskie, rasistowskie, antyromskie i anty-LGBTQI+. Niektóre obrazy są bardziej obraźliwe niż inne. Ważne jest, aby przyznać, że niektóre z tych obrazów mogą być krzywdzące, ale także, że opinie na ten temat mogą się różnić. Poniższe pytania pomogą uczniom uważnie przeanalizować obrazy.</p> <p>Następnie uczniowie tworzą małe grupy z osobami, które wybrały inne obrazy i wykorzystują podane pytania do porównania reklam.</p>
±5 min.	Krok 5 Refleksja	Indywidualnie/ dyskusja w klasie	Po tym, jak uczniowie indywidualnie odpowiedzą na pytanie, chmura tagów pozwala na zamknięcie dyskusji z całą klasą.

Korzystając z historycznych i współczesnych przykładów, uczniowie poznają mechanizmy stosowane w propagandzie i zastanawiają się, w jaki sposób sami mogą ulec takiemu wpływowi.

Cele edukacyjne

- Uczniowie dowiadują się, jakie techniki wykorzystywane są w propagandzie.
- Uczniowie analizują i zastanawiają się nad różnymi formami dezinformacji

Poziom

Struktura (50-60 minut)

Czas	Kroki	Forma	Wskazówki i pytania szczegółowe
±5 min.	Wstęp Media a manipulacja	Dyskusja w klasie	Poproś jednego z uczniów o przeczytanie na głos wprowadzenia. W ten sposób upewnisz się, że wszyscy zacznacie razem.
±10 min.	Krok 1 Co wiesz na temat dezinformacji	Indywidualnie/ dyskusja w klasie	Po tym, jak uczestnicy indywidualnie odpowiedzą na pytanie, chmura tagów pozwala na krótką wymianę zdań w klasie. Pytanie zostanie ponownie zadane na końcu ścieżki, umożliwiając uczestnikom podzielenie się nowymi informacjami i spostrzeżeniami, które zdobyli.
±5 min.	Krok 2 Różne formy dezinformacji	Indywidualnie	Uczniowie wybierają zdjęcie, które uważają za interesujące. Przykłady dotyczą antysemityzmu, rasizmu i antycyganizmu.
±10 min.	Krok 3 Zobacz- Pomyśl- Rozważ	Indywidualnie	<p>Metoda zwizualizowanego myślenia pomaga uczniom uważnie patrzeć i myśleć o obrazie, który widzą. Po udzieleniu odpowiedzi na pytania uczniowie otrzymują podstawowe informacje na temat obrazu.</p> <p>Pomóż uczniom, uświadamiając im różnicę między tym, co widzą (obiektywna obserwacja), a tym, co myślą (interpretacje, skojarzenia). Więcej informacji na temat wizualnego myślenia można znaleźć</p>
±15 min.	Krok 4 Techniki propagandowe	Indywidualnie/ dyskusja w klasie	<p>Uczniowie indywidualnie czytają tekst o technikach propagandowych, a następnie wykorzystują przeczytane informacje do pracy z wybranym obrazem.</p> <p>Przedyskutuj z klasą, kiedy można uznać coś za propagandę. Po tym, jak każda para szczegółowo przyjrzy się wybranemu przez siebie przykładowi, zbierz pomysły dotyczące charakteru propagandy. Połącz je z opisanymi technikami.</p>
±10 min.	Krok 5 Dezinformacja dziś	Indywidualnie/ dyskusja w klasie	<p>Uczniowie proszeni są o wymyślenie przykładu dezinformacji, a następnie uzasadnienie, dlaczego uważają, że jest to dezinformacja.</p> <p>Omów z całą grupą podane wskazówki dotyczące tego, jak rozpoznać dezinformację. W razie potrzeby dodaj swoje sugestie i omów szczegółowo, w jaki sposób można krytycznie korzystać z informacji z mediów.</p>

Czas	Kroki	Forma	Wskazówki i pytania szczegółowe
±5 min.	Krok 6 Spojrzenie wstecz	Indywidualnie/ Dyskusja w grupach	Ponownie zadane zostaje pytanie wprowadzające: co uczniowie wiedzą teraz o dezinformacji? Po udzieleniu odpowiedzi indywidualnie, chmura tagów pozwala na zamknięcie dyskusji z całą klasą.