

Media Education Month

Creativity | Culture | Critique

Audience: 9-12

Author: Antonis Zarintas (teacher) [email](#) | [blog](#)

Summary

These comprehensive lesson plans have been developed for promoting critical media literacy skills. They provide an in-depth and detailed understanding of the media ecology through the study of media education key concepts. Briefly, students will learn about the constructed nature of media products, they will be able to analyze and critique media as text, they will be engaged with creative media production and they will systematically (self)reflect upon the significance of mass media to themselves and modern civilization in general.

Aim

To help students learn the skills they need to access, analyze, evaluate and create media.

Learning outcomes

Students will:

- investigate the influence of media on their daily lives
 - engage in critical inquiry of mass media
 - identify hidden media messages
 - interpret messages presented through various media forms
 - discuss the effect of media on culture
 - create, analyze and evaluate media content
-

1. Investigating students media use and attitudes

Time: 40min

Materials: Questionnaire

Procedure:

Students fill in a questionnaire about media. Suggested questions:

- How many hours do you use media (TV, radio, computer, smartphone etc.) every day?
- What time of day do you use your favorite media?
- Which is your favorite TV program? Why?
- Do you watch advertisements? Which is your favorite one?

- How do you get informed about the latest news? Do you think they are reliable?

2. Investigating media audience (students)

Time: 40min

Materials: Questionnaire results chart

Procedure:

Teacher presents the results of the questionnaire and a discussion follows between teacher and students. Some discussion topics are: the role of media in their life, what kind of audience the students are.

The results of the questionnaire indicate students' favorite TV program.

3. Investigating media audience (other students, teachers, parents)

Time: 80min

Materials: Videocameras or tablets or smartphones, Video editing app (e.g. VivaVideo or similar)

Procedure:

The students ask their parents, other teachers and students about their media habits. Their answers are video recorded. Then they present the videos and analyze the answers. A comparison of all the answers is followed.

As homework students are asked to make an effort to stay away from any kind of media and afterwards to write their experience (media deprivation experience).

4. Media deprivation experience

Time: 40min

Materials: ---

Procedure:

Every student presents his/her experience. They express their feelings and they recognize the significant role of media in their lives.

As homework students are asked to bring in class material about their favorite TV program.

5. Case study (students' favorite TV program)

Time: 160min

Materials: Videocameras or tablets or smartphones, video editing app (e.g. VivaVideo or similar)

Procedure:

Students present the material they have brought about their favorite TV program. A discussion is followed. Some topics for discussion are:

- The kind of viewers who watch the program
- The values and ideologies that are presented
- The stereotypes that are presented (gender, social class etc.)
- The way the cast operates (director, actors, manager etc.)

- The role of advertisement, marketing and other economic determinants in the production
- The pleasure that the students derive from watching the program

It is important for the teacher to acknowledge and build on the positive, creative and pleasurable dimensions of popular culture.

The students now move on to the production stage. Firstly, they are asked to act and record a similar scene from the program. They are advised to make any changes they would like. The aim is to identify and reshape the meanings which are underlying in the program's narrative.

Then a short advertisement video clip about the program is created by them. The objective is to conceive the idea of marketing and the techniques which are used in order to persuade the viewers.

Finally, they present and evaluate their work (self and peer-assessment).

6. Photojournalism (visual literacy)

Time: 120min

Materials: Selected images, computers or tablets, magazine cover app (e.g. MagCover or similar)

Procedure:

The students analyze selected images based on the methodology of visual literacy (form, content, context).

After they have chosen some images, the students write captions to support a pre-determined angle. The objective is to realize that a still image may have plenty of meanings depending on the angle view.

The following task is to create a magazine cover (printed or digital) based on the same event (e.g. Eurogroup meeting etc.) deciding on a title and a picture to support their point of view. Every group of students presents a different aspect of the same event and has a different approach.

Finally, they present and evaluate their work (self and peer-assessment).

7. Critical analysis of advertisements

Time: 160min

Materials: Newspapers, news portals, print or digital advertisements, videocameras or tablets or smartphones, video editing app (e.g. VivaVideo or similar)

Procedure:

The students make content analysis of the first page of various newspapers. They identify and categorize the advertisements. After that, they discuss the length, the colors, the images, the protagonists, the text-image analogy, the themes, the stereotypes, the connotations and the clichés which are included in the ads e.t.c. They also try to uncover hidden ads (advertorials). The same task can be done with news portal so that they can compare the advertisement frame with print and digital news media. Furthermore, they may discuss and reflect on the relationship between the advertisements and the news hierarchy. It is important for the students to work with the media triangle (see www.frankwbaker.com/mediatriangle.htm). After they acquire the relevant skills the students put the advertisements in the middle of the triangle and analyze them according to the media triangle methodology.

After that, students create advertisements for a variety of media forms. For example, a group of students may design an ad for newspaper, another group for radio and another one for TV. Prior to the production stage, students must discuss and decide the key elements of the ad (e.g. brand name, colors, shots, scenario, slogan e.t.c.).

In the end, they present and evaluate their work (self and peer-assessment).

8. Critical analysis of news headlines

Time: 80min

Materials: Newspapers, computers or tablets, newspaper generator app (e.g. Fake Newspaper Maker Creator or similar)

Procedure:

The students study the news headlines of various newspapers. They analyze the themes, the protagonists and their roles, the images, the grammar of the titles (e.g. active – passive voice), the fonts, the stereotypes, the connotations, the clichés e.tc. They, also, uncover the techniques that are used to attract attention, they reflect on the income of the newspapers, the type of readers they attract e.tc. However, the most important procedure is the questioning of truth, objectivity and impartiality in journalism. At this point, the teacher must be very careful not to reveal his/her beliefs, but to let the students express their own views according to their research.

The students now move on to the production stage. At this stage the students create a digital or print newspaper cover (with NewspaperMakerCreator or similar). They decide the name of the newspaper, the news topics, the titles and the images, the protagonists e.tc.

In the end, they present and evaluate their work (self and peer-assessment).

9. Critical analysis of newspaper article

Time: 160min

Materials: Newspaper article

Procedure:

The students study a specific newspaper article, preferably a controversial one. Then they analyze the article using the key questions for analyzing media messages (see <https://drive.google.com/file/d/0B8j2T8jHrIgcZ2Zta2hvWkF0dG8/view>). With these lessons they learn how to ask the questions which are usually avoided. As Renee Hobbs says, being critical is not criticizing everything but asking hard questions.

They also study the vocabulary of the article, its' obvious purpose and implicit messages, the images that surround it, the allegations of the journalist and the expert's e.tc. Furthermore, they express their opinions about the values and the ideology of the article. The objective is not for students to reach to the same conclusion but to ask tough questions and get involved in a productive dialogue.

After the article deep analysis, students write an article on the same topic but from a different angle view. Specifically, they try to add other "voices" that were excluded from the original article. Every group of students may support a different pre-determined angle so a diversity of approaches could be achieved. Following the presentations, they reflect on the "voices" that are usually heard or unheard in the news media. They also discuss the various mechanisms of the construction of meanings.

In the end, they present and evaluate their work (self and peer-assessment).

10. Critical analysis of television news

Time: 240min

Materials: News video, videocameras or tablets or smartphones, video editing app (e.g. VivaVideo or similar)

Procedure:

Students watch a news video on TV or online. After that, they move to content analysis. They identify the news topics, the countries/areas that the events takes place, the protagonists e.tc. They also analyze the shots, the graphics, the music, the intros/outros/bridges of the news, the presenter's appearance, style, voice e.tc. It is of high importance for the students to see the TV news as a narrative with repeated connotations.

In groups students read various news titles. They discuss and classify the titles according to the importance they place on them. They choose five of the most important ones and then they record a short TV news video clip based on their

selection. It is important to mention that the production stage is time consuming and may require many efforts in order to achieve a good result. However, the aim is not to produce professional work, but to give students the chance to be creative and critical.

In the end, they present and evaluate their work (self and peer-assessment).

11. Media vocabulary

Time: 80min

Materials: Computers or tablets, word cloud generator (e.g. Wordle or Tagxedo or similar)

Procedure:

Students register all the important concepts related to media they have learned (e.g. censorship, self-regulation, truth, objectivity, impartiality e.tc.). After that they convert them to word-cloud (e.g. wordle, taxedo) and put their work on the school's notice board or share it to social media (with the hashtag #MediaEducationMonth or similar).

12. Self-reflection & final questionnaire

Time: 80min

Materials: Questionnaire

Procedure:

This is the final lesson of the media education month. A revision of the whole unit takes place during which the students express their views, feelings and impressions of what they have learned. It is important for all the students to participate. For example, they may refer to three things they liked most, two that they would like to learn about more and one thing that they would like to change.

The last activity involves a completion of a final questionnaire. This could be the first questionnaire, in order to spot the probable changes in media use and attitudes that have taken place through the unit. Another option could be a self-reflection questionnaire or anything else that the teacher considers useful for the evaluation of the unit.

.....

Suggested readings

1. Buckingham, D. (2003). Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture. Polity
2. Masterman, L. (1985). Teaching the Media. Routledge

.....

It is no longer an advantage to be media literate; rather, it is a debilitating disadvantage not to be (EAVI)



Μήνας Εκπαίδευσης στα Μέσα

Ηλικίες: 9-12

Συγγραφέας: Αντώνης Ζαρίντας (δάσκαλος) [email](#) | [blog](#)

Πιο κάτω περιγράφεται μια ενδεικτική ενότητα εκπαίδευσης στα μέσα διάρκειας περίπου ενός μηνός (32 σαραντάλεπτων διδακτικών περιόδων). Αξιοποιήθηκαν διάφορες διδακτικές πρακτικές και αναλυτικές τεχνικές από τη διεθνή βιβλιογραφία και από την παιδαγωγική εμπειρία του δασκάλου-συγγραφέα. Νοείται ότι ο κάθε εκπαιδευτικός μπορεί να προσαρμόσει την ενότητα ανάλογα με τις προτεραιότητες και τις ανάγκες των μαθητών του.

ΣΚΟΠΟΣ: Τα παιδιά να αναπτύξουν δεξιότητες γραμματισμού στα μέσα αναλύοντας κριτικά τα διάφορα είδη μέσων και παράγοντας μιντιακό περιεχόμενο που θα τα βοηθήσει να συμμετέχουν αποτελεσματικά στην κοινωνική ζωή.

ΣΤΟΧΟΙ: Τα παιδιά

- να διερευνήσουν την επίδραση των μέσων στις ζωές τους
- να αναλύουν κριτικά τα διάφορα μέσα
- να εντοπίζουν ρητά ή υπόρρητα μηνύματα
- να διερμηνεύουν τα νοήματα που κατασκευάζουν τα μέσα
- να προβληματιστούν για τη μεσοποίηση του πολιτισμού
- να δημιουργούν, να αναλύουν και να αξιολογούν μιντια

1. Αρχικό ερωτηματολόγιο ανίχνευσης των μιντιακών στάσεων και συμπεριφορών των παιδιών της τάξης

Χρόνος: 40'

Υλικά και μέσα: Ερωτηματολόγιο

Ενδεικτική πορεία:

Τα παιδιά συμπληρώνουν ένα ερωτηματολόγιο σχετικά με τα μέσα. Δεν παρέχεται κάποια ιδιαίτερη καθοδήγηση, ώστε να αφεθούν ανεπηρέαστα να απαντήσουν με ειλικρίνεια. Ενδεικτικές ερωτήσεις:

- Πόσες ώρες περίπου χρησιμοποιείς καθημερινά το κάθε μέσο (π.χ. τηλεόραση, Η/Υ, ραδιόφωνο κ.λπ.);
- Πότε χρησιμοποιείς περισσότερο το αγαπημένο σου μέσο;
- Ποιο είναι το αγαπημένο σου τηλεοπτικό πρόγραμμα;
- Προσέχεις τις διαφημίσεις; Υπάρχει κάποια που σου αρέσει πολύ; Γιατί;
- Από πού ενημερώνεσαι για τις εξελίξεις στον κόσμο; Εμπιστεύεσαι αυτά που παρουσιάζουν;

2. Διερεύνηση του κοινού: τα παιδιά της τάξης

Χρόνος: 40'

Υλικά και μέσα: γραφική παράσταση με τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου

Ενδεικτική πορεία:

Τα παιδιά συζητούν στις ομάδες τους τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου. Ακολουθεί ανοικτή συζήτηση με όλη την τάξη για το τι είδους κοινό είναι τα ίδια τα παιδιά και για το ρόλο των μέσων στη ζωή τους.

Εντοπίζεται μέσα από τα ερωτηματολόγια η αγαπημένη τηλεοπτική εκπομπή των παιδιών.

3. Διερεύνηση του κοινού: παιδιά άλλων τάξεων, δάσκαλοι, γονείς

Χρόνος: 2x40'

Υλικά και μέσα: tablets ή κινητά τηλέφωνα ή βιντεοκάμερες, εφαρμογή επεξεργασίας βίντεο (VivaVideo ή παρόμοια)

Ενδεικτική πορεία:

Τα παιδιά αποφασίζουν συγκεκριμένες ερωτήσεις διερεύνησης των μιντιακών συνηθειών άλλων παιδιών και δασκάλων του σχολείου. Ακολουθώντας, ρωτούν διάφορα παιδιά, δασκάλους ή και γονείς και καταγράφουν.

Κατόπιν, παρουσιάζουν τα βίντεο, αναλύουν τις απαντήσεις και τις συγκρίνουν με αυτές που έδωσαν εκείνα.

Στο τέλος, αξιολογούν τα έργα των ομάδων τους, ως επίσης και των υπολοίπων ομάδων.

Για το σπίτι εφαρμόζεται το "πείραμα της στερητικής εμπειρίας των μέσων: μία μέρα μακριά από τα μέσα".

4. Πείραμα της στερητικής εμπειρίας των μέσων: μία μέρα μακριά από τα μέσα

Χρόνος: 40'

Υλικά και μέσα: ---

Ενδεικτική πορεία:

Τα παιδιά παρουσιάζουν τα αποτελέσματα της μέρας χωρίς μέσα. Εκφράζουν τα συναισθήματα που βίωσαν, αναγνωρίζουν τους παράγοντες επιτυχίας ή αποτυχίας και συζητούν για το ρόλο που κατέχουν τα μέσα στις ζωές τους.

Για το σπίτι κάνουν έρευνα για την εκπομπή που προκρίθηκε ως η αγαπημένη της πλειοψηφίας των παιδιών της τάξης (βρίσκουν βίντεο, φωτογραφίες, διαφημιστικά, άρθρα από περιοδικά, συνεντεύξεις, κείμενα κ.λπ.).

5. Μελέτη περίπτωσης: η αγαπημένη εκπομπή των παιδιών

Χρόνος: 4x40'

Υλικά και μέσα: tablets ή κινητά τηλέφωνα ή βιντεοκάμερες, εφαρμογή επεξεργασίας βίντεο (VivaVideo ή παρόμοια)

Ενδεικτική πορεία:

Παρουσιάζεται το υλικό που συγκέντρωσαν τα παιδιά για την αγαπημένη τηλεοπτική εκπομπή. Ακολουθεί συζήτηση για:

- το κοινό που απευθύνεται
- αναπαραστάσεις του κόσμου, αξίες και ιδεολογίες
- πρότυπα και στερεότυπα που προβάλλει (π.χ. φύλο, τάξη κ.λπ.)
- συντελεστές (σενάριο, σκηνοθεσία, ηθοποιοί, παραγωγοί κ.λπ.)
- θέματα οικονομίας, προώθησης και διαφήμισης
- απολαύσεις που αντλούν τα παιδιά παρακολουθώντας την εκπομπή

Κατόπιν, επιλέγεται μία χαρακτηριστική σκηνή και τα παιδιά την αναπαριστούν με παρωδία (κάνοντας αλλαγές στο διάλογο, στο σκηνικό, στα πρόσωπα, στο είδος π.χ. από κωμωδία σε θρίλερ κ.λπ.). Στόχος είναι τα παιδιά να

Στο στάδιο της παραγωγής τα παιδιά γυρίζουν προωθητικό τρέιλερ για τη σειρά με τη χρήση βιντεοκάμερας (ή tablet ή σύγχρονων κινητών τηλεφώνων) και αξιοποιώντας απλά προγράμματα επεξεργασίας βίντεο (π.χ. VivaVideo). Ο στόχος είναι να κατανοήσουν τη διαδικασία προώθησης και να αντιληφθούν τις τεχνικές που χρησιμοποιούνται για να προκαλέσουν το ενδιαφέρον.

Ολοκληρώνοντας την υποενοότητα αυτή, τα παιδιά αναλύουν τις προσομοιώσεις και τα τρέιλερ των ιδίων αλλά και των συμμαθητών τους χρησιμοποιώντας σημειωτική (γλώσσα, συμβάσεις, μουσική, εφέ, πλάνο, χειρονομίες κ.λπ.).

6. Φωτοειδησεογραφία (Οπτικός γραμματισμός)

Χρόνος: 3x40'

Υλικά και μέσα: επιλεγμένες εικόνες, υπολογιστές ή tablets, εφαρμογή δημιουργίας εξωφύλλων (π.χ. MagCover ή παρόμοια)

Ενδεικτική πορεία:

Κατ' αρχάς, γίνεται ανάλυση επιλεγμένων φωτογραφιών βάσει της φιλοσοφίας του οπτικού γραμματισμού, εξετάζοντας ενδελεχώς, δηλαδή, τη μορφή, το περιεχόμενο, το πλαίσιο).

Ύστερα, τα παιδιά μελετούν διάφορες φωτογραφίες με ένα συγκεκριμένο θέμα (π.χ. συνάντηση του Eurogroup). Επιλέγουν ορισμένες και γράφουν από πίσω λεζάντες για να υποστηρίξουν μια προκαθορισμένη οπτική γωνία (π.χ. οι μισοί ότι η συνάντηση στέφθηκε με επιτυχία και οι άλλοι μισοί το αντίθετο). Είναι εκ των ων ουκ άνευ να γίνει αντιληπτό ότι μια φωτογραφία μπορεί να λάβει πολλαπλά νοήματα αναλόγως της λεκτικής πλαισίωσης.

Ακολούθως, τα παιδιά φτιάχνουν έντυπο ή ψηφιακό (στους υπολογιστές ή στα tablets) εξώφυλλο περιοδικού, επιλέγοντας προσεκτικά τίτλο και φωτογραφία. Το θέμα είναι κοινό (π.χ. οικονομική κατάσταση της χώρας), όμως κάθε ομάδα παιδιών το προσεγγίζει από διαφορετική σκοπιά. Ο στόχος είναι να γίνει κατανοητό ότι οι δημοσιογραφικές φωτογραφίες είναι αποτέλεσμα επιλογής και αποσκοπούν στο να κατασκευάσουν ένα συγκεκριμένο νόημα.

Στο τέλος, τα παιδιά αξιολογούν τη δική τους διαδικασία σκέψης και εργασίας, αλλά και των υπολοίπων παιδιών ή ομάδων.

7. Κριτική ανάλυση διαφημίσεων

Χρόνος: 4x40'

Υλικά και μέσα: εφημερίδες, ειδησεογραφικές ιστοσελίδες, έντυπες ή και ψηφιακές διαφημίσεις, tablets ή κινητά τηλέφωνα ή βιντεοκάμερες, εφαρμογή επεξεργασίας βίντεο (VivaVideo ή παρόμοια)

Ενδεικτική πορεία:

Τα παιδιά έρχονται σε επαφή με την ανάλυση περιεχομένου. Κατ' αρχάς, εντοπίζουν και κατηγοριοποιούν τις διαφημίσεις που βλέπουν σε διάφορες εφημερίδες. Μετά την παρουσίαση των ευρυμάτων ακολουθεί προβληματισμός και συζήτηση γύρω από τα πιο κάτω ενδεικτικά σημεία:

- Χαρακτηριστικά διαφημίσεων (πλούσια οπτικά ερεθίσματα, περιορισμένη χρήση λέξεων κ.λπ.)
- Έκταση χώρου που παραχωρείται για διαφημίσεις
- Διαφημιστικοί κώδικες (αναλογία εικόνας-κειμένου, χρώματα, πρωταγωνιστές, φύλο, στερεότυπα, λεκτικές συμβάσεις κ.λπ.)
- Έμμεσες διαφημίσεις (advertorials)
- Σκιαγράφηση των διαφημιζομένων
- Διαφήμιση και διαμόρφωση της ατζέντας

Η ίδια δραστηριότητα μπορεί να γίνει και με τη μελέτη διαδικτυακών ειδησεογραφικών κόμβων, ώστε να διαφανεί ο νέος χαρακτήρας που οι διαφημίσεις λαμβάνουν στον ψηφιακό χώρο (διαδραστικότητα, εξατομίκευση, πολυτροπικότητα κ.λπ.).

Σε αυτή την υποενότητα τα παιδιά μαθαίνουν το τρίγωνο των μέσων, ένα εξαιρετικό εργαλείο για κριτική ανάλυση (βλ. www.frankwbaker.com/mediatriangle.htm). Μετά την εξοικείωση με το τρίγωνο το μέσων, τα παιδιά τοποθετούν στη μέση του διαφημίσεις και τις αναλύουν σύμφωνα με τα ερωτήματα κάθε πλευράς (κείμενο, κοινό, παραγωγή).

Στο στάδιο της παραγωγής τα παιδιά δημιουργούν τις δικές τους διαφημίσεις για διάφορες μορφές μέσων. Επί παραδείγματι, μια ομάδα μπορεί να δημιουργήσει έντυπη διαφήμιση για εφημερίδα, άλλη ηχητική για ραδιόφωνο, άλλη οπτικοακουστική για την τηλεόραση κ.λπ. Είναι σημαντικό να συζητηθούν διεξοδικά και να συναποφασιστούν τα σημαντικά στοιχεία των διαφημίσεων (προϊόν, εικόνα, χρώματα, πλάνο, σλόγκαν/ατάκες, ηχητικά εφέ κ.λπ.).

Στο τέλος, τα παιδιά αξιολογούν τη δική τους διαδικασία σκέψης και εργασίας, αλλά και των υπολοίπων παιδιών ή ομάδων.

8. Κριτική ανάλυση ειδησεογραφικών τίτλων

Χρόνος: 2x40'

Υλικά και μέσα: εφημερίδες, υπολογιστές ή tablets, εφαρμογή δημιουργίας εφημερίδας (Fake Newspaper Maker Creator ή παρόμοια)

Ενδεικτική πορεία:

Τα παιδιά μελετούν τα πρωτοσέλιδα διάφορων εφημερίδων. Προβληματίζονται και συζητούν για:

- τη θεματολογία
- την ιεράρχηση των ειδήσεων που έκανε κάθε εφημερίδα
- τα πρόσωπα που παρουσιάζονται και τους ρόλους τους

- τους τίτλους (γραμματικές επιλογές π.χ. ενεργητική-παθητική/ονομαστική-ρηματική κ.λπ., στερεότυπες φράσεις, γραμματοσειρά, μέγεθος, χρώμα)
- τις φωτογραφίες που πλαισιώνουν τις ειδήσεις
- την αναλογία κειμένου και φωτογραφίας
- τις τεχνικές που χρησιμοποιούνται για να αποσπάσουν την προσοχή
- το υπό στόχευση κοινό
- τα έσοδα μιας εφημερίδας (τιμή πώλησης, διαφημίσεις, advertorials, προσφορές)

Υποστηρίζουν, επίσης, ποιο άρθρο θα επέλεγαν να διαβάσουν προσεκτικά αιτιολογώντας την απάντησή τους.

Ωστόσο, το πιο σημαντικό σημείο της υποενότητας αυτής, ίσως, είναι ο προβληματισμός γύρω από την αλήθεια, την αντικειμενικότητα και την αμεροληψία στη δημοσιογραφία.

Ακολούθως, τα παιδιά δημιουργούν το δικό τους έντυπο ή και ψηφιακό πρωτοσέλιδο εφημερίδας. Αποφασίζουν τον τίτλο της εφημερίδας, τη θεματολογία, τους τίτλους, τις φωτογραφίες με τις λεζάντες, τους πρωταγωνιστές κ.λπ. Μετά την παρουσίαση των έργων τους αξιολογούν τη δική τους διαδικασία σκέψης και εργασίας, αλλά και των υπολοίπων παιδιών ή ομάδων.9. Κριτική ανάλυση δημοσιογραφικών άρθρων

Χρόνος: 4x40'

Υλικά και μέσα: δημοσιογραφικό άρθρο

Ενδεικτική πορεία:

Τα παιδιά μελετούν ένα συγκεκριμένο δημοσιογραφικό άρθρο, κατά προτίμηση σε σχέση με ένα σημαντικό θέμα που αφορά τις ζωές τους. Κατόπιν, το αναλύουν απαντώντας τις πιο κάτω ενδεικτικές ερωτήσεις κριτικής ανάλυσης (βλ. επίσης <https://drive.google.com/file/d/0B8j2T8jHrlgCZZta2hvWkF0dG8/view>):

- Ποιος έφτιαξε το άρθρο;
- Ποιος είναι ο σκοπός του; Γιατί δημοσιεύθηκε; Ποια τα συμφέροντα;
- Σε ποιο κοινό απευθύνεται;
- Περί τίνος πρόκειται; Ποια είναι η κεντρική ιδέα; Ποια είναι τα μηνύματά του;
- Ποιες τεχνικές χρησιμοποιούνται για να προσελκύσουν την προσοχή;
- Πώς μπορούν διαφορετικοί άνθρωποι να καταλάβουν τα μηνύματα διαφορετικά;
- Τι έχει μείνει έξω από το κείμενο;
- Πότε, πού και πώς διαμοιράστηκε στο ευρύ κοινό;
- Ποιες αξίες, ιδεολογίες και οπτικές παρουσιάζονται και ποιες αποσιωπούνται;
- Πρόκειται για γεγονός, άποψη ή κάτι άλλο;
- Πώς σχετίζεται με την πραγματικότητα; Είναι σωστά και ακριβή αυτά που αναφέρονται;

Είναι κομβικής σημασίας τα παιδιά να μάθουν να θέτουν τα ερωτήματα που συνήθως αποφεύγονται. Εξάλλου, όπως το θέτει η Ρενέ Χόμπς, να είσαι κριτικός δεν σημαίνει να επικρίνεις τα πάντα, αλλά να θέτεις δύσκολες ερωτήσεις.

Εξετάζεται, ακόμη, το λεξιλόγιο που χρησιμοποιείται στο άρθρο για να πείσει, η πλαισίωση με συγκεκριμένες διαφημίσεις, η ταξινόμησή του σε κάποια κατηγορία νέων, τα υπέρρητα μηνύματα, η εικόνα κ.λπ.. Επίσης, τα παιδιά διατυπώνουν κρίσεις που αφορούν τις αξίες και ιδεολογίες που εντοπίζουν στο κείμενο, την ποιότητα του άρθρου, το πόσο αποτελεσματική ήταν η προσπάθεια του δημοσιογράφου να πείσει για τους ισχυρισμούς του, την αισθητική απόλαυση, το αν το άρθρο

πέτυχε ή δεν πέτυχε τους σκοπούς του κ.λπ. Ο στόχος δεν είναι να καταλήξουν οι μαθητές στα ίδια συμπεράσματα αλλά ανεμπόδιστα να εκφράσουν προσωπικές σκέψεις και προβληματισμούς.

Μετά την κριτική ανάλυση τα παιδιά αναπλαισιώνουν το άρθρο γράφοντάς το από μία διαφορετική οπτική γωνία. Θα μπορούσε κάθε ομάδα παιδιών να επιλέξει διαφορετική γωνία ώστε να αναδειχθεί ο πάντοτε υπαρκτός πλουραλισμός των προσεγγίσεων. Στη δραστηριότητα αυτή τα παιδιά καλούνται να συμπεριλάβουν στο ειδησεογραφικό αφήγημα "φωνές" που αποκλείστηκαν αντιλαμβανόμενοι, εντέλει, το πώς κατασκευάζεται μια είδηση.

10. Κριτική ανάλυση τηλεοπτικών ειδήσεων

Χρόνος: 6x40'

Υλικά και μέσα: βίντεο με δελτίο ειδήσεων, tablets ή κινητά τηλέφωνα ή βιντεοκάμερες, εφαρμογή επεξεργασίας βίντεο (VivaVideo ή παρόμοια)

Ενδεικτική πορεία:

Τα παιδιά παρακολουθούν κάποιο σύντομο τηλεοπτικό δελτίο ειδήσεων. Ταυτόχρονα, προχωρούν σε ανάλυση περιεχομένου σημειώνοντας τη θεματολογία, την ιεράρχηση, τους πρωταγωνιστές και τους ρόλους τους, τις χώρες/περιοχές που διαδραματίζονται οι ειδήσεις κ.λπ. Μελετούν, επίσης, τα πλάνα, τα γραφικά, τη μουσική, τους τίτλους που πλαισιώνουν τις ειδήσεις, τον παρουσιαστή (π.χ. ύφος, εμφάνιση, τόνος φωνής) κ.λπ. Είναι βασικό να δουν τις ειδήσεις με άλλο μάτι, ως ένα αφήγημα του τελευταίου εικοσιτετραώρου με συγκεκριμένες συμβάσεις.

Ακολούθως, τα παιδιά διαβάζουν διάφορους τίτλους ειδήσεων. Συζητούν στις ομάδες τους και ιεραρχούν τις ειδήσεις ανάλογα με τη σπουδαιότητα που τους αποδίδουν. Επιλέγουν τις πέντε κατά τη γνώμη τους κυριότερες ειδήσεις και μετά γυρίζουν βίντεο προσομοίωσης σύντομου δελτίου ειδήσεων βάσει της ατζέντας που συναποφάσισαν. Αξίζει να σημειωθεί ότι η παραγωγή μιντιακού περιεχομένου είναι μια χρονοβόρα διαδικασία που απαιτεί ένα διαρκές γράψιμο-σβήσιμο. Παρόλα αυτά, ο σκοπός δεν είναι να παραχθεί μια επαγγελματική δουλειά, αλλά να δοθεί η δυνατότητα στα παιδιά να γίνουν δημιουργικά και κριτικά μέσα από μια ευχάριστη δραστηριότητα.

Στο τέλος, παρουσιάζουν τη δουλειά τους, αιτιολογούν τις επιλογές τους και αξιολογούν τόσο τη δική τους διαδικασία σκέψης και εργασίας, όσο και των υπολοίπων παιδιών ή ομάδων.

11. Λεξιλόγιο των μέσων

Χρόνος: 2x40'

Υλικά και μέσα: υπολογιστές ή tablets, εφαρμογή δημιουργίας συννέφου λέξεων (Wordle ή Taxedo ή παρόμοια)

Ενδεικτική πορεία:

Τα παιδιά συγκεντρώνουν όλες τις σημαντικές έννοιες που διδάχθηκαν και αφορούν τα μέσα (π.χ. υποκειμενικότητα, αντικειμενικότητα, αμεροληψία, αλήθεια, οπτική γωνία, υπέρρητα μηνύματα, αυτορύθμιση, λογοκρισία κ.λπ.). Αφού τις συζητήσουν, τις μετατρέπουν σε "σύννεφο λέξεων" (βλ. wordle ή taxedo) και τοποθετούν τη δουλειά τους σε κάποια πινακίδα ή τη διαμοιράζουν στα κοινωνικά δίκτυα επιλέγοντας κάποιο hashtag.

12. Ανασκόπηση, αναστοχασμός και τελικό ερωτηματολόγιο

Χρόνος: 2x40'

Υλικά και μέσα: ερωτηματολόγιο

Ενδεικτική πορεία:

Στο τελευταίο μάθημα της ενότητας γίνεται ανασκόπηση όλων των μαθημάτων. Τα παιδιά εκφράζουν τα συναισθήματα, τις εντυπώσεις και τις σκέψεις τους για το μαθησιακό ταξίδι στα μέσα. Νοείται ότι όλα τα παιδιά πρέπει να συμμετέχουν. Για παράδειγμα, μπορεί κάθε παιδί να αναφέρει τρία πράγματα που του άρεσαν, δύο που θα ήθελε να μάθει περισσότερα κι ένα που θα άλλαζε.

Η τελευταία δραστηριότητα αφορά τη συμπλήρωση ενός τελικού ερωτηματολογίου. Αυτό θα μπορούσε να είναι το αρχικό, ώστε να εντοπιστούν οι ενδεχόμενες αλλαγές στις μιντιακές στάσεις και αντιλήψεις των παιδιών. Μία άλλη επιλογή είναι η συμπλήρωση ενός αναστοχαστικού εντύπου ή κάτι άλλο μέσω του οποίου ο εκπαιδευτικός θα βοηθηθεί στην αξιολόγηση της ενότητας.

Βιβλιοπροτάσεις

1. Buckingham, D. (2008). Εκπαίδευση στα ΜΜΕ. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα
 2. Masterman, L. (1985). Teaching the Media. Routledge
-

Information about the resource

Publisher: Antonis Zarintas (teacher)

These comprehensive lesson plans have been developed for promoting critical media literacy skills. They provide an in-depth and detailed understanding of the media ecology through the study of media education key concepts. Briefly, students will learn about the constructed nature of media products, they will be able to analyze and critique media as text, they will be engaged with creative media production and they will systematically (self)reflect upon the significance of mass media to themselves and modern civilization in general.

Resource prepared using [MIL/PEER](#) editing platform.

Source available at <http://milpeer.eu/documents/130/>