

# Σεβασμός

Αυτή την εβδομάδα, βλέπουμε τον σεβασμό μέσα από το φακό των ειδήσεων μεσο ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ. Οι μαθητές θα σκεφτούν τα μηνύματα που λαμβάνουν από τα μέσα ενημέρωσης και θα αξιολογήσουν τις διαφημίσεις και άλλες πηγές ειδήσεων για τον τρόπο με τον οποίο επικοινωνούν ένα μήνυμα, θα δείχνουν σεβασμό (ή ασέβεια) και θα αξιολογήσουν πώς να είναι έξυπνοι καταναλωτές μέσων.

Ξεκινήστε την ενότητα με το μάθημα ολόκληρης της τάξης και στη συνέχεια στοχεύστε να ολοκληρώσετε τουλάχιστον δύο από τα μίνι μαθήματα με τους μαθητές σας όλη την εβδομάδα. Κάθε μίνι μάθημα έχει σχεδιαστεί για να παρουσιάζει στοιχεία του κύριου μαθήματος με νέους και συναρπαστικούς τρόπους.

## Κύριο Μάθημα

Μάθημα όλης της  
τάξης  
30 λεπτά

START  
HERE

### Αξιολόγηση μηνυμάτων μέσων για σεβασμό

Αυτό το μάθημα προσφέρει στους μαθητές την ευκαιρία να αξιολογήσουν τους τύπους μηνυμάτων που ακούνε στα μέσα ενημέρωσης ή μέσω διαφήμισης και να προσδιορίσουν εάν τα μηνύματα είναι σεβαστά. Αυτό το μάθημα τους διδάσκει επίσης λίγο για την προκατάληψη των μέσων ενημέρωσης και για το πώς τα μέσα χρησιμοποιούν διαφορετικές στρατηγικές για να στείλουν μηνύματα και να επηρεάσουν τους καταναλωτές. (Δείτε τη σελίδα3 για λεπτομέρειες του μαθήματος.)

## Μίνι Μαθήματα

Για Μικρές Ομάδες  
15 λεπτά



### Fake News: Τι είναι και γιατί είναι πρόβλημα;

Ζητήστε από τους μαθητές να συζητήσουν τον όρο «ψευδείς ειδήσεις». Ρωτήστε τους τι έχουν ακούσει για αυτό και τι πιστεύουν ότι είναι. Ρωτήστε τους μαθητές, με ανάταση του χεριού, εάν πιστεύουν ότι μπορούσαν να αναγνωρίσουν τη διαφορά μεταξύ του απραγματικής είδησης και μια ψευδή είδηση. Τφίλε, ακούστε την παρακάτω συνέντευξη ή βάλτε τους να διαβάσουν το άρθρο: [Μελέτη του Στάνφορντ βρίσκει τους περισσότερους φοιτητές ευάλωτους σε ψευδείς ειδήσεις](#) (διάρκεια περίπου 4 λεπτά)

Χρησιμοποιήστε τις παρακάτω ερωτήσεις ως εναρκτήρια συζήτηση:

- Έτσι, εάν αυτά που ακούσαμε είναι αλήθεια (και προέρχονται από μια πολύ αξιόπιστη πηγή!), περίπου το 80% των μαθητών που συμμετείχαν στην έρευνα δεν μπορούσαν να διακρίνουν τη διαφορά μεταξύ ψεύτικων ειδήσεων και πραγματικών ειδήσεων. Πιστεύετε ότι οι άνθρωποι που μοιράζονται ψευδείς ιστορίες και πληροφορίες είναι πρόβλημα και γιατί;
- Πώς μπορείτε να καταλάβετε εάν κάτι είναι αληθινό ή κατασκευασμένο όταν το βλέπετε στα μέσα ενημέρωσης ή στο διαδίκτυο; (Σκεφτείτε τις διαφορετικές προκαταλήψεις που μάθατε στο αρχικό μάθημα.)
- Πώς συνδέεται με το σεβασμό η συγγραφή και η ανταλλαγή αληθών πληροφοριών;

Εάν έχετε χρόνο, μπορείτε να ζητήσετε από τους μαθητές να το πάρουν "[Μπορείτε να εντοπίσετε τον τίτλο των ψεύτικων ειδήσεων»](#) κουίζ από το Channel One News. (Θα μπορούσατε να το κάνετε αυτό ακόμη και ως τάξη.)

**Για Συνεργάτες**  
15 λεπτά



### Η ευγένεια στις ειδήσεις

Δεν είναι κάθε είδηση ασέβειας και μισής αλήθειας! Υπάρχουν πολλές ειδήσεις που αντανακλούν καλοσύνη και σεβασμό. Στους συνεργάτες, αφιερώστε λίγο χρόνο σήμερα υπολογιστές, ταμπλέτες ή τηλέφωνα εξερευνώντας την ευγένεια στις ειδήσεις που μπορείτε να μοιραστείτε με τη μεγαλύτερη τάξη. Επισκεψου το [Ιστοσελίδα Παγκόσμιας Ειδήσεις Τυχάιες Πρόξεις Καλοσύνης](#) και διαβάστε ή παρακολουθήστε μια είδηση που σας ενδιαφέρει. Κρατήστε σημειώσεις και, στη συνέχεια, ετοιμαστείτε να μοιραστείτε μαζί την ιστορία που διαβάσατε/παρακολουθήσατε με τη μεγαλύτερη ομάδα. (Οι μαθητές μπορούν επίσης να χρησιμοποιήσουν εφημερίδες ή προεκτυπωμένα άρθρα εάν η χρήση διαδικτυακών άρθρων δεν αποτελεί επιλογή.)

**Για Ιδιώτες**  
15 λεπτά



### Προτροπή περιοδικού: Πού μπορώ να πάρω τις πληροφορίες μου;

Πού μπορώ να βρω τις πληροφορίες μου; Πώς μπορώ να ξέρω αν τα μηνύματα που ακούω είναι αληθινά; Πώς συνδέεται η αναζήτηση της αλήθειας στις πληροφορίες με τον σεβασμό;

**Με επίκεντρο την τεχνολογία**  
15 λεπτά



### Η ευγένεια στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Δείτε το ακόλουθο βίντεο κλιπ διάρκειας 5 1/2 λεπτών σχετικά με το πώς τα ψηφιακά μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαμορφώνουν τον τρόπο με τον οποίο λαμβάνουμε τα νέα μας: [Εμείς οι Ψηφοφόροι- Μεσοκρατία](#)

Κάντε μια μεγάλη ή μικρή ομαδική συζήτηση χρησιμοποιώντας τους παρακάτω αρχάριους συζήτησης:

- Πώς μπορούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης να διευρύνουν την κοσμοθεωρία και τις απόψεις μας και να τα συρρικνώσουν;
- Οι πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Facebook, χρησιμοποιούν αλγόριθμους για να σας κρατήσουν στον ιστότοπό τους. Γνωρίζετε ότι μπορεί να σας χειραγωγούν αλγόριθμοι; Τι σκέφτεσαι για αυτό;
- Τι πρέπει να κάνετε πριν πιστέψετε κάτι που διαβάζετε στο διαδίκτυο ή το μοιραστείτε με άλλους;

# Αξιολόγηση ΜΜΕ

## Μηνύματα για σεβασμό

Αυτό το μάθημα προσφέρει στους μαθητές την ευκαιρία να αξιολογήσουν τους τύπους μηνυμάτων που ακούνε στα μέσα ενημέρωσης ή μέσω διαφήμισης και να προσδιορίσουν εάν τα μηνύματα είναι σεβαστά. Αυτό το μάθημα τους διδάσκει επίσης λίγα πράγματα για την προκατάληψη των μέσων ενημέρωσης και για το πώς τα μέσα χρησιμοποιούν διαφορετικές στρατηγικές για να στείλουν μηνύματα και να επηρεάσουν τους καταναλωτές.

**Χρονοδιάγραμμα μαθήματος**  
30 λεπτά

### Απαιτούμενα Υλικά

- ❑ Smartboard για την προβολή των εικόνων ή τα έντυπα φυλλάδια των εικόνων

### Χάρτης προτύπων

Αυτό το μάθημα ευθυγραμμίζεται με τις Ικανότητες CASEL, τα Εθνικά Πρότυπα Αγωγής Υγείας, τα Πρότυπα της Διεθνούς Εταιρείας Τεχνολογίας στην Εκπαίδευση, κατά περίπτωση, και τα Κοινά Βασικά Πρότυπα Πολιτείας. Ανατρέξτε στο Χάρτη προτύπων Για περισσότερες πληροφορίες.

### Στόχος μαθήματος

Οι μαθητές θα:

- Αξιολογήστε τα μηνύματα μέσω του φακού του σεβασμού
- Προσδιορίστε στοιχεία μεροληψίας στα μηνύματα πολυμέσων

### Σύνδεση Δασκάλου/Αυτοφροντίδα

Τελικά, το πώς δείχνουμε σεβασμό για τον εαυτό μας και τους άλλους εξαρτάται από εμάς. Όμως, η ικανότητά μας να το κάνουμε αυτό μπορεί να επηρεαστεί από πολλά πράγματα, όπως ο πολιτισμός, η πολιτική, τα μέσα ενημέρωσης και οι δικές μας προκαταλήψεις σχετικά με το ποιο είμαστε και τι σεβόμαστε. Αυτή την εβδομάδα, αφιερώστε χρόνο για να παρατηρήσετε τι επηρεάζει την ικανότητά σας να σέβεστε τον εαυτό σας και τους άλλους και, στη συνέχεια, αναρωτηθείτε: «Είναι αλήθεια;» και "Ποιος κρύβεται πίσω από αυτό το μήνυμα;" Εάν διαβάζετε μια σχολική πολιτική σχετικά με το σεβασμό, τότε πιθανότατα είναι αληθινή και γραμμένη έχοντας κατά νου το καλύτερο συμφέρον όλων. Επιπλέον, η πηγή πίσω από το μήνυμα, το προσωπικό, η διοίκηση, η σχολική επιτροπή ή/και οι σχολικές οικογένειες, είναι μια αξιόπιστη αρχή. Αλλά, αν τα μηνύματα είστε λαμβάνοντας επιρροή πώς βλέπετε και σέβεστε τον εαυτό σας ή τους άλλους είναι από τα μέσα ενημέρωσης ή οι προσωπικές προκαταλήψεις, αναρωτηθείτε εάν είναι αληθινές και από πού προήλθαν. Μπορεί να ανακαλύψετε κάτι ψευδές που επηρεάζει αρνητικά την ικανότητά σας να δείχνετε σεβασμό. Εάν συμβαίνει αυτό, πατήστε το κουμπί επαναφοράς και αξιολογήστε πώς μπορείτε να βελτιώσετε την ικανότητά σας αγνοήστε τον θόρυβο και αντίθετα δώστε και λάβετε σεβασμό.



## Μερίδιο

5-7 λεπτά

Μέχρι στιγμής στη μονάδα σεβασμού μιλούσαμε για επικοινωνία με σεβασμό. Μιλήσαμε για το πώς να σεβόμαστε τον τρόπο που στέλνουμε μηνύματα και τον τρόπο που ακούμε και λαμβάνουμε μηνύματα. Αυτή την εβδομάδα θα μιλήσουμε για το πώς τα MME στέλνουν μηνύματα.



## Εμπνέω

15 λεπτά

Έχετε παρατηρήσει ποτέ πώς διαφορετικοί ειδησεογραφικοί σταθμοί ή καταστήματα θα καλύπτουν τις ίδιες ιστορίες ή θέματα αλλά με πολύ διαφορετικούς τρόπους; Ή, πώς ορισμένοι τίτλοι, εικόνες ή λεζάντες φαίνονται παραπλανητικές ή ασεβείς σε σύγκριση με άλλες; Προσκαλέστε τους μαθητές να μοιραστούν εάν έχουν συγκεκριμένα παραδείγματα.

Καλός! Αυτό ονομάζεται **προκατάληψη των μέσων ενημέρωσης**. Αυτό συμβαίνει όταν ένα μέσο ενημέρωσης προσπαθεί να μας επηρεάσει μέσω της επιλογής λέξεων, μέσω εικόνων, μέσω της τοποθέτησης της ιστορίας (σκεφτείτε τις ειδήσεις της πρώτης σελίδας έναντι των θαμμένων στη σελίδα 8) και μέσω όσων περιλαμβάνονται και αποκλείονται.

Ακολουθεί ένα παράδειγμα: Εμφάνιση του "[Dove Evolution](#)" κλιπ που δείχνει ένα μόντελ ονphotoshop για διαφημιστική πινακίδα. Εάν δεν μπορείτε να εμφανίσετε το κλιπ στο σχολείο, βρείτε στο διαδίκτυο εικόνες πριν και μετά από photoshop και εκτυπώστε τις. Εναλλακτικά, εμφανίστε μια φωτογραφία που τραβήξατε τόσο στην αρχική της μορφή όσο και σε μια επεξεργασμένη έκδοση (ακόμη και μια εφαρμογή φίλτρου σε smartphone μπορεί να αλλάξει δραματικά την εμφάνιση μιας εικόνας).

Λοιπόν, τι έκαναν στο κλιπ (ή την εικόνα) που μόλις είδαμε; Γιατί πιστεύεις ότι το έκαναν αυτό; Προσκαλέστε τους μαθητές να απαντήσουν. Στο παράδειγμα του Dove, οι απαντήσεις πιθανότατα θα επικεντρωθούν στην πώληση προϊόντων, επηρεάζοντας αυτό που οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται ως «όμορφο» κ.λπ.

Πόσο συχνά το κάνουμε αυτό μόνοι μας; Πόσοι από εσάς έχετε επεξεργαστεί ποτέ μια εικόνα; Ή, πόσοι από εσάς, όταν θέλετε κάτι από τους γονείς ή τους κηδεμόνες σας, διαλέξατε προσεκτικά τα λόγια σας, ή ίσως αφήσετε κάποιες πληροφορίες έξω ή περιμένατε μέχρι μια συγκεκριμένη στιγμή για να κάνετε το αίτημά σας (όταν ήξερες ότι οι γονείς σου ήταν κουρασμένοι ή αποσπασμένοι και δεν θα έκαναν πολλές ερωτήσεις); Υπάρχουν φορές που όλοι χρησιμοποιούμε κάποιου είδους προκατάληψη για να επικοινωνήσουμε ένα μήνυμα ώστε να μπορέσουμε να πάρουμε αυτό που θέλουμε. Σκεφτείτε λίγο, όμως: είναι αυτός ένας σεβαστός, ειλικρινής τρόπος επικοινωνίας;



## Εξουσιοδοτώ

15 λεπτά | Δύο Επιλογές

### Επιλογή A:

Σήμερα θα εξετάσουμε τα διαφημιστικά και άλλα μηνύματα μέσων για τις λέξεις, τις εικόνες και τα taglines που βοηθούν στη δημιουργία νοήματος και στη συνέχεια θα προσδιορίσουμε εάν το μήνυμα σέβεται εμάς ως καταναλωτές, την εταιρεία και το προϊόν. Ένας τρόπος με τον οποίο ένα μήνυμα μπορεί να είναι ασεβές είναι εάν χρησιμοποιεί αρνητικότητα για να πουλήσει ή να προωθήσει το προϊόν, το μέρος, την υπηρεσία ή την ιδέα. Ή, εάν απεικονίζει ανθρώπους με αρνητικούς ή εξευτελιστικούς τρόπους (χρησιμοποιώντας το σώμα γυναικών για την πώληση προϊόντων, για παράδειγμα).

Περάστε λίγο χρόνο περνώντας από [περιοδικά, εφημερίδες, διαδικτυακοί τίτλοι κ.λπ. Επιλέξτε το μέσο στο οποίο έχετε πρόσβαση. Το να φέρετε εφημερίδες ή περιοδικά από τη βιβλιοθήκη είναι μια επιλογή, ή ίσως υπάρχει ένα απόθεμα περιοδικών που έχετε στο σπίτι που μπορείτε να φέρετε ή η αίθουσα εργασίας του προσωπικού μπορεί να έχει μερικά που μπορείτε να δανειστείτε]. Βρείτε μια διαφήμιση, έναν τίτλο, μια εικόνα που σας τραβάει το μάτι και μετά αξιολογήστε την. Ποιο είναι το μήνυμα; Σέβεται το θέμα; Σεβόμαστε τον αναγνώστη; Ποιος είναι ο τόνος πίσω από τις λέξεις που χρησιμοποιούν; Ποιες είναι οι ίδιες οι λέξεις και υπάρχει κάποιο κρυφό μήνυμα; Ποιες εικόνες ή άλλες οπτικές εμφανίσεις βοηθούν στην αποστολή ενός μηνύματος και δείχνουν σεβασμό;

Γράψτε τι παρατηρείτε σχετικά με τη διαφήμιση, την επικεφαλίδα ή την εικόνα που επιλέξατε και ετοιμαστείτε να μοιραστείτε τα μέσα και τις παρατηρήσεις σας με την τάξη.

### Επιλογή B:

Αυτή η επιλογή μπορεί να είναι η πιο κατάλληλη εάν διεξάγετε αυτήν την ενότητα κατά τη διάρκεια ενός εκλογικού έτους όπου οι μαθητές είναι πιθανό να δουν μια σειρά από πολιτικές διαφημίσεις, πολλές από τις οποίες είναι ασεβείς. Στην ιδανική περίπτωση, οι διαφημίσεις που αξιολογείτε θα είναι διαφημίσεις που βλέπετε ακριβώς στην κοινότητά σας.

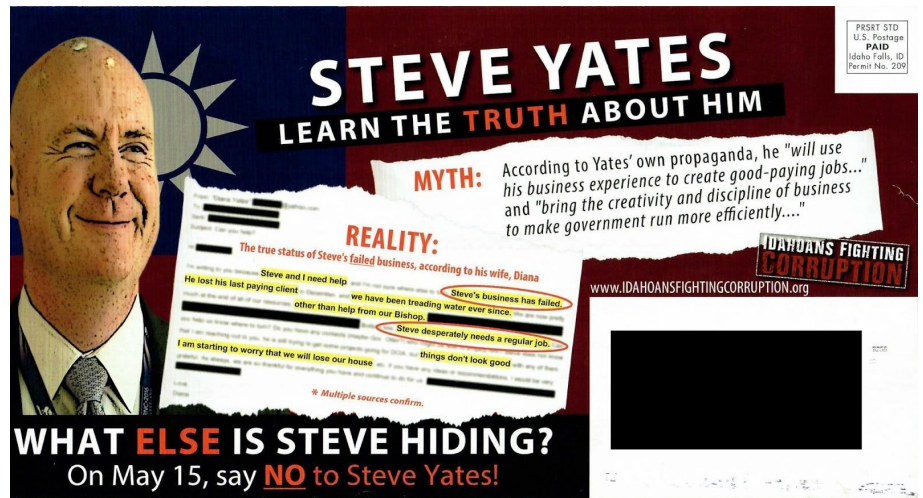
Σήμερα θα εξετάσουμε τα πολιτικά μηνύματα που βλέπουμε, ιδιαίτερα κατά τη διάρκεια ενός εκλογικού έτους. Πιθανότατα έχετε παρατηρήσει ότι κατά τη διάρκεια ενός εκλογικού έτους, όταν οι άνθρωποι ψηφίζουν για μέλη της κυβέρνησης, μπορεί να λάβετε πολλά μηνύματα που είτε υποστηρίζουν έναν υποψήφιο είτε αγνοούν έναν υποψήφιο. Το ίδιο ισχύει και για τις τηλεοπτικές διαφημίσεις και τις διαφημιστικές πινακίδες. Τα μηνύματα είναι παντού! Και πολλά από αυτά είναι ασεβή, αναληθή ή παραποιημένα.

Θα αξιολογήσουμε μερικές πολιτικές διαφημίσεις και θα προσδιορίσουμε εάν στέλνουν ένα μήνυμα σεβασμού ή ένα μήνυμα ασεβείας και γιατί ή πώς.

Είναι καλύτερο να τα προβάλλετε στον πίνακα για να τα δουν όλοι. Εάν αυτό δεν είναι δυνατό, θα λειτουργήσει και η εκτύπωση και η διανομή των παραδειγμάτων σε ομάδες. Αυτή μπορεί να είναι μια δραστηριότητα μεγάλης ομάδας ή μια δραστηριότητα μικρής ομάδας. Εάν υπάρχει χρόνος, θα μπορούσατε να ζητήσετε από τους μαθητές να αναδημιουργήσουν τη

διαφήμιση με θετική περιστροφή (εάν αρχικά ήταν αρνητική) ή αρνητική (εάν ήταν αρχικά θετική) για να βιώσουν πόσο εύκολο είναι να γίνει!

Διαφήμιση #1:



(Πηγή: Clayton Cramer, "[Νέο χαμηλό στις πολιτικές διαφημίσεις του Αϊντάχο](#)")

Ζητήστε από τους μαθητές να αξιολογήσουν τα ακόλουθα:

- Σεβαστή ή ασέβεια;
- Γιατί;
- Ποιες λέξεις χρησιμοποιούνται που σας λένε ότι είναι σεβασμό/ασέβεια;
- Ποιες εικόνες ή πληροφορίες χρησιμοποιούνται που σας λένε ότι είναι σεβασμό/ασέβεια;
- Από πού προήλθαν αυτές οι πληροφορίες;
- Τι πληροφορίες σας λείπουν;
- Θα εμπιστευόσασταν αυτό το μήνυμα; Γιατί ή γιατί όχι?

Διαφήμιση #2:





(Πηγή: NPR, "[Καθώς τα μυστικά χρήματα αυξάνονται στις εκλογές, η FEC εξετάζει ένα μικρό βήμα για τη διαφάνεια](#)")

Ζητήστε από τους μαθητές να αξιολογήσουν τα ακόλουθα:

- Σεβαστή ή ασέβεια;
- Γιατί;
- Ποιες λέξεις χρησιμοποιούνται που σας λένε ότι είναι σεβασμό/ασέβεια;
- Ποιες εικόνες ή πληροφορίες χρησιμοποιούνται που σας λένε ότι είναι σεβασμό/ασέβεια;
- Από πού προήλθαν αυτές οι πληροφορίες;
- Τι πληροφορίες σας λείπουν;
- Θα εμπιστευόσασταν αυτό το μήνυμα; Γιατί ή γιατί όχι?



## Κατοπτρίζω

5-7 λεπτά

Ως τάξη, ζητήστε από τους μαθητές να αξιολογήσουν τα μηνύματα που παρατήρησαν και συζήτησαν. Ήταν σε μεγάλο βαθμό σεβασμό; Ασεβής? Παρουσιάστηκαν αρκετές πληροφορίες για την πλήρη κατανόηση του μηνύματος; Εάν όχι, γιατί πιστεύετε ότι χρησιμοποιούμε αυτό το είδος διαφήμισης για την αποστολή μηνυμάτων; Τι ελπίζουμε ότι οι καταναλωτές θα κάνουν (ή δεν θα κάνουν);

Θυμηθείτε, τα μηνύματα που λαμβάνουμε από τα μέσα ενημέρωσης είναι συνήθως μόνο τα μισά αληθινά. Δεν είναι ότι λένε ψέματα, συγκεκριμένα, αλλά χρησιμοποιούν διαφορετικές στρατηγικές (εικόνες, λέξεις, τόνος, εξαίρεση πληροφοριών, απόσπαση της προσοχής) για να αφήσουν έξω τις πληροφορίες. Αυτές οι πληροφορίες απαιτούνται για τη λήψη μιας πλήρως τεκμηριωμένης απόφασης. Εργαστείτε σκληρά για να αγνοήσετε τα ασεβή μηνύματα στα μέσα μας και να είστε κριτικοί στοχαστές για όλα τα μέσα, ακόμα και όταν φαίνονται με σεβασμό. Υπάρχουν πάντα δύο πλευρές που πρέπει να λάβετε υπόψη και, εάν η διαφήμιση πουλά ένα προϊόν, υπάρχουν συνήθως περισσότερες ερωτήσεις που μπορείτε να κάνετε για να



καταλάβετε τι είναι αυτό που θέλουν να αγοράσετε. Μερικές φορές, όταν μαθαίνετε τα πάντα για το προϊόν ή την υπηρεσία, στην πραγματικότητα δεν αξίζει τον χρόνο και τα χρήματά σας.