

Balon medijske pismenosti

To je igra kritičnega razmišljanja, pri kateri se učenci_ke pretvarjajo, da predstavljajo določeno medijsko hišo ali ponudnika vsebine, in drugim dokazujejo, da jih je vredno obdržati v balonu, ki strmoglavlja.

Trajanje	45 minut
Nivo znanja učencev_k	Začetniki_ce, nadaljevalni_e
Materiali	
Splošni cilji	Veščine argumentiranja
Dejavnosti	<ol style="list-style-type: none">1. Teorija — 5 minut— frontalno Učitelj_ica razloži pravila igre. <i>Cilj: učenci_ke razumejo pravila igre.</i>2. Vaja — 30 minut — razred Učenci_ke igrajo igro. <i>Cilj: učenci_ke igrajo igro in vadijo argumentacijo .</i>3. Razprava — 10 minut — razred Razred razpravlja o igri, ki so jo pravkar igrali. <i>Cilj: učenci_ke razmislijo o argumentih, ki so jih slišali_e.</i>
Ključne besede	Igra, Medijska krajina, Argumentacija



Pedagoški nasveti in priporočila	<ul style="list-style-type: none"> • To je dober uvod v bolj formalne, teoretične ure o argumentaciji in/ali medijskih krajinah. • Pravila lahko enostavno prilagodite številu učencev_nk, njihovi stopnji znanja itd.
----------------------------------	--

Teorija

To je zelo preprosta igra s preprosto in prilagodljivo premiso (lahko jo prilagodite ali celo spremenite kontekst). Najprej mora vsak_a učenec_ka navesti medij iz svojega lokalnega okolja. Če jih imate veliko (20-30), lahko to razširite na najširšo možno definicijo medija in/ali ponudnika vsebin. Učenci_ke naj poimenujejo določene medijske hiše in ponudnike vsebin, ki ustrezajo naslednjemu (nepopolnemu) seznamu kategorij:

- Časopisi (npr. Delo, Večer,...)
- Spletni novičarski portali (npr. STA, SiOL,...)
- Radijske postaje (npr. Radio SI, Radio 1,...)
- Televizijske postaje (npr. RTV, Pop TV,...)
- Vplivneži družbenih medijev (npr. Lepa Afna, Cool Mamacita,...) ;
- Podcasti (Frekvenca X, Kako postaneš Slovenec,...);
- ...

Vsak_a učenec_ka izbere enega ponudnika medijev, idealno tistega, ki ga vsaj nekoliko pozna. V času trajanja igre zastopajo ponudnika, ki so ga izbrali_e.

Če delate z veliko skupino (20-30 učencev_nk), jih razdelite v različne »balone« – skupine do 10. Premaknite mize in stole, da ustvarite več prostora v učilnici. Vsaka skupina naj stoji v svojem krogu.

Vaja

Ko vsi_e učenci_ke izberejo svojega ponudnika medijev, jih obvestite o scenariju: vsi so v balonu, vendar bo balon strmoglavil, ker je pretežak, zato je treba enega predstavnika medijev vreči ven.

Morajo demokratično izbrati, koga bodo izbrali. Za to ima vsak_a na voljo 1-2 minuti, da pojasni, zakaj bi moral_a ostati v balonu, in navede argumente, ki orisujejo pomen medija ali ponudnika vsebine, ki ga/jo predstavlja.

Zdaj se morajo demokratično odločiti, koga bodo vrgli_e ven. Če imate dovolj časa, naj učenci_ke izberejo več predstavnikov medijev, ki jih bodo izločili_e.

Vprašanja za razpravo

1. Kakšno je bilo vaše glavno merilo pri odločanju, koga boste izločili?
2. Je bilo v vaši skupini veliko nesoglasij o tem, koga vreči ven? Zakaj?
3. Ali merila, ki ste jih izbrali_e za določitev pomembnosti vsakega predstavljenega medijskega ponudnika, odražajo vašo običajno medijsko izbiro, tj. ali je medij, ki ste ga najprej žrtvovali_e, predstavnik vrste, ki jo najmanj uporabljate?

Povezane lekcije

Osnovna struktura argumenta, Napredna argumentacija, Zanikanje argumentov, Medijska krajina: Kako izgledajo mediji v državi