

Projekt E-Teens

Syfte

Mediasamhället förändras snabbt och dagens ungdomar hanterar dagligen oerhörda mängder information som de måste ta ställning till. Hur rustar vi som pedagoger ungdomarna för det samhälle de ska vara delaktiga i? Hur lär vi barn och ungdomar att kritiskt granska, värdera och ta aktiv del i de informationsflöden och maktstrukturer som dagens digitala samhälle bygger på?

Unesco har arbetat mycket med dessa frågor och kommit ut med skrivelser och rekommendationer om de färdigheter och förmågor som barn och ungdomar behöver vara rustade med för att hantera det 21:a århundradets utmaningar (21st century skills). Rektorsakademien har sedan översatt och anpassat dessa tankar till svenska förhållanden och kommit ut med sammanställningen Framtidskompetenser där man delar in kompetenserna i tre delar: medmänskliga, innovativa och digitala kompetenser. Utifrån dessa skrivelser står det klart för mig att vi behöver jobba intensivt med barnens sk. "media literacy" d.v.s. deras förmåga att "läsa", förstå och analysera mediatytringar i samhället. Vi behöver också bli bättre på det som idag ofta kallas entreprenörskap men som ofta sammansmälter med begreppet innovationsförmåga. Alltså att se idéer i sitt sociala sammanhang, leda och genomdriva idéer genom att hitta rätt kanaler och att bedöma risker och möjligheter med en idé eller produkt.

Projektbeskrivning

Grundidén är att en klass/grupp högstadiееlever ska skapa ett band eller en artist som kan, men inte nödvändigtvis måste, komma från elever ur den egna klassen. Poängen är inte att de elever som ingår i gruppen ska prestera något individuellt utan att klassen jobbar fram en marknadsföring och "paketering" av artisten som gör den attraktiv för en viss bestämd målgrupp. De elever som inte står på scen kommer alltså att jobba med att skriva texter, designa scenkläder, tänka ut PR-kampanjer, göra musikvideor och allt annat som ingår i arbetet omkring en musikprodukt. Konceptet ska vara väl uttänkt och tydligt formulerat så att alla delar av design, musik och marknadsföring enkelt kan anpassas till det givna grundkonceptet. Ett förslag till budskap skulle kunna vara Ekebyhovskolans ledord eller payoff "Kunskap är coolt". Uppgiften blir då inte att göra affischer eller tröjor som det står "Kunskap är coolt" på utan att få målgruppen att faktiskt *tycka* att kunskap är coolt.

Mål

Att ta fram en "produkt" i syfte att marknadsföra och "sälja" denna. Eleverna kommer att erbjudas en enastående möjlighet att förstå hur ett budskap eller en produkt kan föras ut, göras trovärdigt

genom "paketering" och påverka hur mottagaren tycker, känner och agerar. Målet är alltså inte i första hand att bli framgångsrik i sin marknadsföring utan att eleverna ska få förståelse och insyn i densamma. Budskapet/produkten kommer i andra hand men ju större förståelse eleverna får desto bättre kan man tänka sig att de också lyckas med sitt uppdrag.

Eleverna kommer att arbeta med många ämnesmål inom musik, bild, svenska, engelska, SO, idrott och textilslöjd. Här följer exempel ur det centrala innehållet i LGR-11

Bild:

Bildskapande:

- Framställning av berättande informativa och samhällsorienterande bilder om egna erfarenheter, åsikter och upplevelser.
- Kombinationer av bild, ljud och text i eget bildskapande.
- Digital bearbetning av fotografier och andra typer av bilder.

Bildanalys

- Massmediebilders budskap och påverkan och hur de kan tolkas och kritiskt granskas
- Ord och begrepp för att kunna läsa, skriva och samtala om bilders utformning och budskap.

Idrott

Rörelse

- Traditionella och moderna danser samt rörelse- och träningsprogram till musik.

Svenska

Läsa/skriva

- Strategier för att skriva olika typer av texter med anpassning till deras typiska uppbyggnad och språkliga drag. Skapande av texter där ord och bild samspelar.

Tala, lyssna och samtala

- Muntliga presentationer och muntligt berättande för olika mottagare. Anpassning av språk, innehåll och disposition efter syfte och mottagare

Spåkbruk

- Ord och begrepp för att uttrycka känslor, kunskaper och åsikter. Ords och begrepps nyanser och värdeladdning. Bildspråk och idiomatiska uttryck.
- Skillnader i språkanvändning beroende på i vilket sammanhang, med vem och med vilket syfte man kommunicerar
- Kulturella uttrycksformer från områden där modersmålet talas, till exempel bildkonst, musik och arkitektur

Musik

I stort alla punkter i det centrala innehållet kommer att bearbetas i någon mån men här lämnas handlingsutrymme till musikläraren.

Samhällskunskap

Information och kommunikation

- Mediernas roll som informations-spridare, opinionsbildare, underhållare och granskare av samhällets maktstrukturer.
- Olika slags medier, deras uppbyggnad och innehåll, till exempel en dagstidnings olika delar. Nyhetsvärdering och hur den kan påverka människors bilder av omvärlden. Hur individer och grupper framställs, till exempel utifrån kön och etnicitet.
- Möjligheter och risker förknippade med internet och kommunikation via elektroniska medier.

Slöjd

Slöjdens estetiska och kulturella uttrycksformer

- Arkitektur, konst och design som inspirationskällor och förebilder vid bearbetning av egna idéer.
- Egen formgivning med hjälp av olika material, färger och former.
- Mode och trender, vad dessa uttryck signalerar och hur de påverkar individen.

Tidsramar

Vi vill vara ute i god tid så vi planerar att starta projektet till HT-2012. Vi tror det skulle passa bra till år 8 vilket skulle innebära att det berör den årskurs som nu går i år 7. Vi tycker att det passar också p.g.a. att denna årskull är relativt liten till antal.

Budget

Trycksaker: Affischer, skivomslag, flyers

Skivtillverkning

Merchandise

Konserter