genuspaket

*Mål: Att eleven ska lära sig ta del av ämneslitteratur och kunna dra slutsatser kring de attityder och värderingar som förmedlas av reklam. Att få kunskap om hur genus skildras i reklam. Få kunskap om Reklamombudsmannen, RO.*

Här ska ni få ta del av l litteratur, tidningar och bloggar för att undersöka och diskutera hur kvinnor respektive män skildras i medierna. Utifrån det ska ni diskutera vilka ideal som förmedlas.

Läs: sidorna 26-27 i Kanal, häftet som handlar om tjejtidningar, sidorna 37-62+79 i Stephan Mendel Enks bok, Med uppenbar känsla för stil.

Gå in på Reklamombudsmannens hemsida och undersök vad som finns där.

Gå in på Genusfotografen och läs några inlägg och titta på bilder.

1. Basera nedanstående både på det ni läst och de egna erfarenheter ni har.

Hur ser bilden av kvinnan ut i medierna? Finns det några olika typer? Beskriv med ord vilka värden och egenskaper som framhålls som viktiga.

1. Hur ser bilden av mannen ut i medierna? Finns det några olika typer? Beskriv med ord vilka värden och egenskaper som framhålls som viktiga.
2. Var kan man stöta på alternativa bilder på kvinnligt respektive manligt? Ge förslag på situationer, medier, såsom bloggar tv-program, tidningar, tidskrifter, filmer, föreningar etc.
3. På vilket sätt påverkas man som ung i sitt identitetsskapande utifrån mediernas bilder?
4. Vilkas ansvar är det att vi ska kunna identifiera oss med de bilder vi möter i medierna?
5. Vilka problem finns utifrån hur det ser ut idag?
6. Hur ser ni på tesen som både Mendel-Enk och Machofabriken för fram, att den manliga normen bevarar ett våldsamt samhälle? Stödjer mediebilden av mannen bevarandet av att våld är idealiserat?
7. Reklamombudsmannen RO finns för att hålla den etiska nivån rimlig. Räcker det?

Svara först individuellt på dessa frågor.

Fredag vecka 21

Första 40 minuterna delas ni in i grupper och redogör för era svar och diskuterar dem.

Vad tycker ni om de texter ni läst? Vilka frågor väcks utifrån dem? Leta fram typexempel på nätet eller på andra ställen som illustrerar det ni kommit fram till.

Gruppredovisning: Hela gruppen går fram och ni hjälps åt att föra fram resultatet av era diskussioner och visa exempel. Max några minuter per grupp.