

Fag	Pædagogik / Dr. E. Grieper
Emne	Kønsligestilling – sexisme i reklamer
Målgruppe / Niveau	Erhvervsgymnasium, fagområdet pædagogik, 13. klasse
Kompetencemål / Læringsmål	<u>Faglig kompetence</u> Eleverne erkender betydningen af ligestilling mellem kønnene og analyserer fremstillingen af kønsroller i medierne. De forstår sexismens indvirkning på enkeltpersoner og samfund og kan identificere forskellige former for ulighed mellem kønnene. <u>Metodekompetence</u> De bruger digitale medier til at søge og præsentere information om ligestilling mellem kønnene. Derigennem lærer de at forholde sig kritisk til kilder og anvende analyseværktøjer til at vurdere reklamer og medieindhold. <u>Selv- og socialkompetence</u> Eleverne diskuterer kritisk om giftig maskulinitet og sexisme i reklamer. De udvikler deres egne holdninger og lærer at fremføre disse respektfuldt og argumenterende i grupper. Derudover fremmer de empati og forståelse for forskellige perspektiver. De reflekterer over deres egen adfærd og opfattelser i forhold til kønsroller. Eleverne forholder sig til deres egne fordomme og udvikler strategier til fremme af ligestilling i hverdagen.
Materialets form: Digitale videoer, opslagstavle, flashcards	ordsky, digital opslagstavle med samling af klip, videoer, hjemmesider, artikler, flashcards med ordforklaringer (to teach)
Arbejdstid for gruppen	Undervisningstime: 90 minutter
Relevante SDG'er – uddannelsesperspektiv	4, 5, 10, 16
Ansvarlig skole	BBZ Schleswig
Antal deltagere	16 elever

Undervisningsplan for det erhvervsfaglige gymnasium: Ligestilling mellem kønnene

1. Kort beskrivelse af timen/timerne:

I løbet af to undervisningsenheder à 90 minutter behandles emnet ligestilling mellem kønnene. Eleverne sætter sig ind i målene for uddannelse for bæredygtig udvikling (BNE) og reflekterer over de samfundsmæssige udfordringer i forbindelse med ligestilling mellem kønnene. De påbegynder selvstændigt et projektarbejde om et passende emne efter eget valg.

Undervisningen indledes med udarbejdelsen af et ordskey, hvor eleverne samler deres første associationer og begreber om emnet køn. Denne metode fremmer aktiv deltagelse og ansporer til diskussion. Derefter præsenteres en digital opslagstavle med 25 forskellige input, herunder videoer, informationer og grafikker, for at lette adgangen til emnet. Eleverne får til opgave at se yderligere indhold fra opslagstavlen i løbet af ugen og kort beskrive, hvad de har lært, via en lydfil.

I hoveddelen af undervisningsenheden ser eleverne en forklarende video om køn og sexisme, der formidler emnets grundlæggende elementer. For at uddybe forståelsen uddeles digitale flashcards med de vigtigste begreber, som eleverne gennemgår og arbejder med i par. En biografisk tilgang giver eleverne mulighed for at reflektere over personlige oplevelser med sexisme i medierne og udveksle erfaringer herom. Dette pararbejde fremmer sociale kompetencer og kritisk tænkning. Emnet drøftes derefter i plenum for at integrere forskellige perspektiver. Som hjemmearbejde skal eleverne selvstændigt finde to eksempler på sexistisk reklame.

Afslutningsvis gennemføres en refleksion. Eleverne ser igen på ordskeyen og diskuterer, hvordan deres meninger har ændret sig, og hvilke andre relevante emner de kan genkende i deres hverdag. Denne afsluttende samtalerunde fremmer selvkompetence og bevidsthed om emnet i hverdagen.

1.1 Indplacering i læseplanen

Emnerne ligestilling mellem kønnene og sexisme i reklamer kan integreres i læseplanen for det erhvervsfaglige gymnasium, især i 12. og 13. klasse.

13. klasse

Kerneområde 2: Læring og læringsfremme: Diskussionen om ligestilling mellem kønnene og sexisme kan sættes ind i sammenhæng med læringsprocesser. Eleverne reflekterer over, hvordan kønsstereotyper påvirker individers læring og udvikling.

Kerneområde 5: Udvalgte praksisområder inden for pædagogik: I dette kerneområde kan emnerne behandles i relation til aktuelle samfundsmæssige problemstillinger

. Eleverne analyserer, hvordan reklamer reproducerer kønsroller, og hvilke muligheder og farer der er forbundet hermed. Gennem integrationen af emnerne ligestilling og sexismen i reklamer fremmes et tværfagligt perspektiv. Eleverne udvikler ikke kun en kritisk bevidsthed om samfundsmæssige problemstillinger, men også evnen til at reflektere over disse i deres eget liv og aktivt forme dem.

Læringsmål og kompetenceområder vedrørende sexismen i reklamer og kønsulighed

Kompetenceområde	Mål
Faglig kompetence	Eleverne erkender betydningen af ligestilling mellem kønnene og analyserer fremstillingen af kønsroller i medierne. De forstår sexismens indvirkning på individer og samfund og kan identificere forskellige former for ulighed mellem kønnene.
Metodisk kompetence	De bruger digitale medier til at søge og præsentere information om ligestilling mellem kønnene. Derigennem lærer de at forholde sig kritisk til kilder og anvende analyseværktøjer til at vurdere reklamer og medieindhold.
Social kompetence	Eleverne diskuterer kritisk om giftig maskulinitet og sexismen i reklamer. De udvikler deres egne holdninger og lærer at fremføre disse respektfuldt og argumentativt i grupper . Desuden fremmer de empati og forståelse for forskellige perspektiver.
Selvkompetence	De reflekterer over deres egen adfærd og deres opfattelser i forhold til kønsroller. Eleverne forholder sig til deres egne fordomme og udvikler strategier til fremme af ligestilling i hverdagen.

2. Forløbsplan for undervisningsenheden Ligestilling mellem kønnene

Fase	Tid	Indhold	Metoder	Social form
Indledning	15 min	- Oprettelse af en ordskey om emnet køn for at indsamle de første associationer og begreber. Fælles diskussion	Wordcloud-værktøj, fobizz	Plenum
		- Præsentation af en digital opslagstavle med 25 forskellige input (videoer, informationer, grafik) til at nærme sig emnet ligestilling mellem kønnene.	Digital opslagstavle	Plenum
		- Ugentlig hjemmearbejdsopgave: Eleverne skal bruge 20 minutter på at se nærmere på yderligere emner fra opslagstavlen og kort beskrive dem via en lydfil. Beskriv indholdet.	Audioaflevering	Individuelt arbejde, mundtlig deltagelse
Hoveddel	60 min	Der vises en forklarende video om køn/sexisme.	Video	Plenum
		- Flashcards om de nævnte begreber uddeles digitalt; eleverne arbejder sig igennem begreberne i par ved hjælp af spørgsmål.	Flashcards	Tandemarbejde
		- Biografisk tilgang: Eleverne tager noter om, i hvilket omfang de har været udsat for sexisme i medierne, og udveksler erfaringer herom.	Noter, udveksling	Pararbejde
		- Diskussion i plenum.	Samtale	Plenum
		- Hjemmearbejde: Selvstændig research om sexisme i reklamer; 2 eksempler på sexistisk reklame pr. person.	Research	Individuelt arbejde
Opsummering/refleksion	15 min	Refleksion i S-L-G. Et nyt blik på Wordcloud. Hvordan har min mening ændret sig? Kan jeg se andre relevante emner i min livssituation?	Samtale	Plenum
Yderligere undervisningstime	90 min	- Gruppearbejde: Eleverne præsenterer deres indsamlede eksempler på sexistisk reklame og begrunder, om disse kan klassificeres som sexistisk ud fra	Præsentation	Gruppearbejde
		- Diskussion: Bør reklameudvalget gribe hårdere ind? Diskussion om skærpede regler inden for reklame. Hjemmearbejde, læse tekster	Diskussion	Plenum
Næste undervisningstime	90	Toksisk maskulinitet og kort test om emnet Kønsligestilling og sexisme i reklamer		

Fase	Tid	Indhold	Metoder	Social form
Efterfølgende time	90 min	- Introduktion til projektarbejdet SUS udarbejder selvstændigt emner. Aktuelle projekter er:	Projektarbejde	Gruppearbejde
		- Fremstillinger af kvindelige Disney-figurer gennem tiden		
		- Filmen „Barbie“ som et meningsfuldt bidrag til feminismen?		
		- Uddannelsesmæssig lighed: Sammenligning mellem Tyskland og Afghanistan		
		- "Catcalling": En oplysningskampagne		
		Toksisk maskulinitet: Hvordan behandles emnet i skolen?		

Elevprojekter om ligestilling mellem kønnene

Projektoversigt

Eleverne udvikler deres eget projekt med et selvvalgt forskningsspørgsmål, der fokuserer på emnerne kønsligestilling og samfundsmæssige problemer. Fokus ligger på en problemorienteret tilgang, der inspirerer eleverne til aktivt at forske, reflektere og udarbejde kreative præsentationer.

Projektforløb

- Emnevalg og forskningsspørgsmål**
 - Aktivitet:** Eleverne vælger et emne, der interesserer dem, og formulerer et specifikt forskningsspørgsmål.
- Undersøgelse/interview**
 - Aktivitet:** Eleverne udarbejder deres egen undersøgelse eller gennemfører interviews for at indsamle data om deres emne.
- Dataanalyse**
 - Aktivitet:** De indsamlede data evalueres. Her kan AI-værktøjer bruges til analyse for at identificere mønstre og visualisere resultater. AI-værktøjer må også bruges til transskription
- Faglig fordybelse, løsningsmodeller udarbejdes**
- Refleksion**
 - Aktivitet:** Efter evalueringen reflekterer eleverne over deres resultater og erfaringerne under projektet.
- Præsentationsform**
 - Aktivitet:** Eleverne vælger en kreativ præsentationsform til deres resultater. AI-værktøjer må gerne bruges
 - Videoer:** Korte dokumentarfilm eller forklarende videoer.
 - Kampagner:** Udvikling af (digitale) plakater eller kampagner på sociale medier.
 - Videopodcasts:** Diskussioner eller interviews om deres emne.
 - Foredrag:** Præsentationer, der opsummerer resultaterne og refleksionerne.
 - Eleverne egne forslag**

7. Præsentation og feedback

- **Aktivitet:** Eleverne præsenterer deres projekter for klassen eller en større gruppe.

8. Afsluttende reflektion over brugen af AI

- **Aktivitet:** Eleverne skriver en afsluttende reflektion over brugen af AI-værktøjer i deres projekt.

Følgende emner er indtil videre blevet valgt af eleverne og er under udarbejdelse

Fremstillinger af kvindelige Disney-figurer gennem tiden

Filmen „Barbie“ – et meningsfuldt bidrag til feminismen?

Uddannelsesmæssig lighed: En sammenligning mellem Tyskland og

Afghanistan

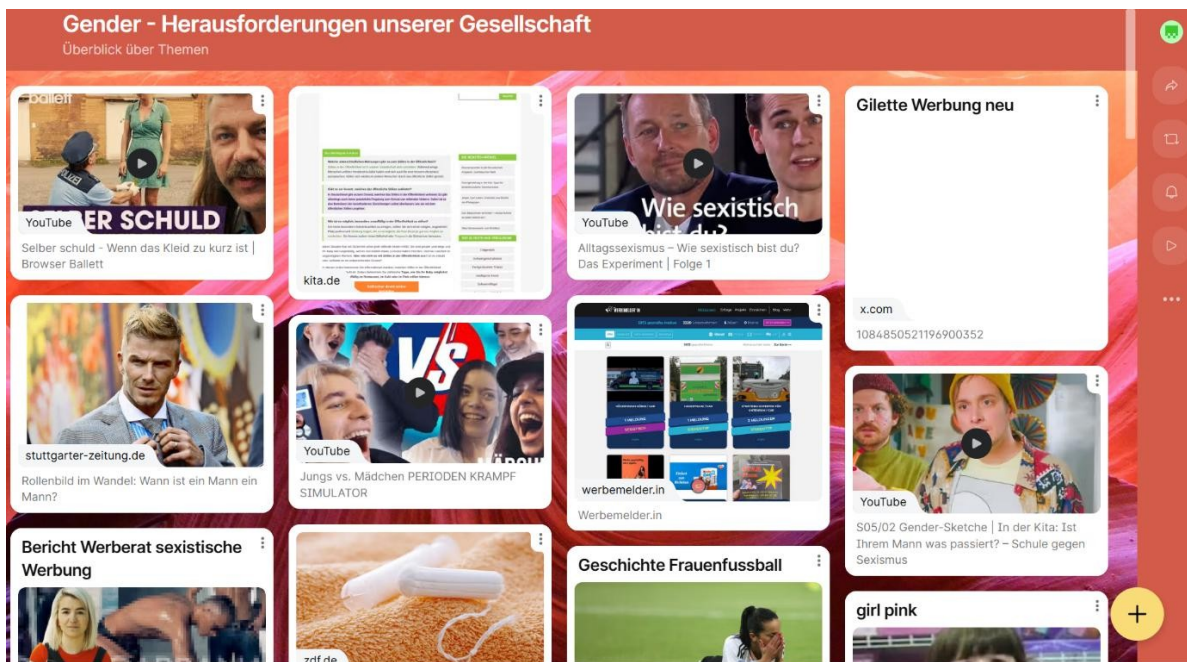
"Catcalling": En oplysningskampagne

Toksisk maskulinitet – hvordan behandles emnet i skolen?

Vedhæftede filer

Opslagstavle

https://padlet.com/elena_griepert/gender-herausforderungen-unserer-gesellschaft-oveuhonf1tu3sr29



Ordsby



Flashcards

soziale Geschlechtsidentität

Umdrehen



Karte 2 von 8

