



QUE SONT LES MEDIAS ?

BRIEF SUMMARY OF ACTIVITY

L'activité suivante fera que le groupe soit conscient des différentes classes de médias existant en dehors des médias "traditionnels" (TV, Radio, Cinema, etc) et comment ils accèdent et utilisent les médias, d'où ils obtiennent l'information, etc. Cet exercice journal est élémentaire pour une approche à l'alphabetisation des médias

AIM OF THE ACTIVITY

Identifier les différentes classes de médias disponibles en dehors des "traditionnels" (TV, Radio, Cinema, etc)

EXPECTED OUTCOMES

Etre conscient des différentes classes de médias disponibles en dehors des "traditionnels" (TV, Radio, Cinema, etc), et comment accéder et utiliser les médias, d'où ils obtiennent l'information

INFORMATIONS FOR TRAINERS

EXPERIENCE AND SKILLS REQUIRED

Connaissance générale de tous les médias, aptitudes pour conseiller, car cette activité est principalement un débat ouvert.

INFRASTRUCTURE, SETTING, RESOURCES

Pas de requis spécial

LENGTH

60 minutes

MATERIALS

Tableau de conférence et feutres, matériaux d'écriture pour débutants (non pour des participants malvoyants ou aveugles)

DESCRIPTION

HOW THE ACTIVITY SHOULD TAKE PLACE

Les formateurs demanderont aux participants d'identifier - • Quels medias ont utilisé les élèves de jour d'avant? Pendant combien de temps? A qui appartient ces médias? Qui peut participer? - • Est ce que les medias qu'ils utilisent sont accessibles à tout le monde? (gens agés, enfants, gens peu alphabétisés, adsl, langues et jargons, etc) • Que se passé-t-il avec ceux qui ne peuvent pas accéder à ces medias? Qu'est ce qui fait ces medias differents des medias communitaires? Qui et comment le fait (groupe de travail teamwork vs. individuel avec ordinateur/telephone/tablet) Demandez leur d'imaginer ce qu'ils feraient avec? Quel message aimeraient-ils communiquer? Comment ils occuperont cette heure? A quoi cela va ressembler? Les participants peuvent en discuter par paires et en faire part au groupe, ou en fonction du nombre de participants on peut le faire comme un groupe de discussion ouvert.

RECOMMENDED MAX. NUMBER OF PARTICIPANTS AND TRAINEES TO TRAINERS RATIO

10 (pour participants malvoyants, ou des difficultés d'apprentissage, 4 par formateur)

RISK AND POSSIBLE ADAPTATION

VARIATIONS

TIPS FOR TRAINERS

On peut aussi definir ici courtement les medias communitaires - faisant remarquer que la radio communautaire est composée de volontaires de la communauté et qu'elle appartient et est opérée par la communauté et non pour gagner de l'argent, faisant la difference entre la station de radio communautaire et une station locale commerciale

PARTICIPANTS

Pas de demande spécifique. Cette activité peut être utilisée avec n'importe quel groupe, en éliminant les elements visuels, avec des gens malvoyants/aveugles.

ANALYSIS AND EVALUATION

Est ce que les participants ont identifié tous les medias, y compris medias social, publicitaire etc? Sont ils conscients de comment le contenu de ces medias peut impacter dans leur "vision du monde" et les raisons pour lesquelles ils choisissent un media spécifique?

SCHEDULING

Celle ci peut être une des premières activités de la formation, car elle offre la possibilité au formateur de connaitre un peu plus de l'intérêt et vision du monde des participants se rendant compte du media qu'ils utilisent et le contenu qui les intéresse.