



TIEDOTUSVÄLINEILLE
JULKAISTAVISSA 31.10.2006 KLO 9.00

Peruskouluille mainonnan lukutaitoa kehittävä oppimateriaalipaketti

Media Smart -mainonnan lukutaito-ohjelma on kehitetty Britanniassa, ja se on käytössä useissa Euroopan maissa. Toimeksiannon ohjelman soveltamisesta Suomeen antoi Mainonnan neuvottelukunta, joka koostuu kaikista mainonnan arvoketjun järjestöistä. Mainostajien Liitto muokkasi aineiston suomalaiseen opetuskäyttöön sopivaksi kuullen asiantuntijoina mm. Opetushallitusta ja Kuluttajavirastoa. Media Smart on ei-kaupallinen mainonnan lukutaito-ohjelma perusopetuksen 1–6-vuosi luokille. Sen aineisto lähetetään syyslukukaudella kaikkiin perusopetuksen alakouluihin.

Mainosala harjoittaa itsesääntelyä ja haluaa kantaa vastuunsa opettamalla lapsille mainonnan lukutaitoa. Media Smart opettaa arvioivaa suhtautumista median välittämiin sisältöihin. Mediat vievät Suomessa jo merkittävän osan pienen peruskoululaisen päivästä. Niistä on tullut paitsi oppimisen lähde myös mielikuvien muodostaja. Siksi on hyvä tunnistaa, mikä ero on tiedolla, mainoksella ja viihteellä. Viestimäärien kasvaessa on hyvä pysähtyä pohtimaan myös viestinnän eettisiä ja esteettisiä arvoja.

Media Smart -aineisto lähetetään syyslukukaudella kaikkiin perusopetuksen 1–6-vuosiluokkien kouluihin. Sen saa myös verkkosivuilta www.mediasmart.fi. Pakettiin kuuluu mm. opettajan opas, 18 harjoituksen monistepohjat ja opetusfilmi. Oppimateriaali soveltuu perusopetukseen opetussuunnitelman mukaisesti. Sillä on luontaiset paikat mm. viestintä- ja mediataidon aihekokonaisuuden sekä äidinkielen, kuvataiteen ja matematiikan opetuksessa. Keskeistä materiaalissa on kriittinen ajattelu sekä nähdyn ja kuullun arvioiminen.

Suurin vaikutus lasten kehittymiseen ja käytökseen on vanhemmilla, ja he ovat avainasemassa myös mainonnan lukutaitoa opiskeltaessa. Harjoituksia voidaan käyttää kotitehtävinä, jolloin aineiston toivotaan saavuttavan myös vanhemmat. Lapsen on pienestä pitäen hyvä oppia arvioimaan valintojaan kriittisesti sekä tunnistamaan seikat, jotka valintoihin vaikuttavat.

Kuullun, nähdyn, koetun ja luetun työstäminen yhdessä kehittää mediakriittisyyttä ja oppilaiden vuorovaikutustaitoja. Samalla luokkayhteisölle tarjoutuu mahdollisuus käsitellä median ajankohtaisia ilmiöitä.

Liikesivistysrahasto ja Viestintäalan taloudellinen tutkimussäätiö ovat osallistuneet Media Smart -ohjelman rahoitukseen Mainonnan neuvottelukunnan lisäksi.

Lisätiedot:

Toimitusjohtaja Ritva Hanski-Pitkäkoski, Mainostajien Liitto, puh. (09) 6860 8417,
040 5080607, ritva.hanski-pitkakoski@mainostajat.fi

www.mediasmart.fi

Mainonnan neuvottelukunnan jäsenet: Aikakauslehtien Liitto, Mainostajien Liitto, Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto MTL, Outdoor Finland - Suomen Ulkomainosliitto, Sanomalehtien Liitto, Suomen Radioiden Liitto, Suomen Suoramarkkinointiliitto ja Suomen Televisioiden Liitto STL.