**Тема: Комунікація, інформація, медіа.**

**Мета:** формувати в учнів знання про поняття «мас-медіа», «рекламу», «інформацію»; ознайомити учнів зі специфікою функціонування в соціумі сучасних засобів масової інформації; розвивати у дітей вміння працювати в групаx; розвивати критичне мислення та вміння формувати й чітко висловлювати свої думки.

**Ключовы поняття**: інформація, мас-медія, реклама, медіа текст.

**Тип уроку**: урок засвоєння нових знань.

**Обладнання**: підручник, конспект уроку, проектор, ноутбук.

**Література:**

1. Гісем О.О. Громадянська освіта (інтегрований курс, рівень стандарту) : підруч. для 10 кл. закл. загал. серед. освіти / О. О. Гісем, О. О. Мартинюк. — Харків : Вид-во «Ранок», 2018. — 192 с., іл.

2. Бакка Т.В. Інтегрований курс «Громадянська освіта» (рівень стандарту) : підруч. для 10 кл. закладів загальної середньої освіти / Бакка Т. В., Марголіна Л. В., Мелещенко Т. В. — К. : УОВЦ «Оріон», 2018. — 240 с. : іл.

3. Валентій Л. І. Громадянська освіта. Інтегрований курс. 10 клас. І семестр / Л. І. Валентій. — Харків : ВГ «Основа», 2018. — 112 с. — (Серія «Мій конспект»)

4. <https://www.youtube.com/>

**План:**

1. Поняття мас-медіа(медіа).
2. Різновиди медіа.
3. Функції мас-медіа в суспільстві.
4. Реклама.

**XІД ЗАНЯТТЯ**

**АКТУАЛІЗАЦІЯ ОПОРНИX ЗНАНЬ**

**Бесіда:**

***-*** *Яке місце посідає спілкування в житті людей?*

***-*** *Що таке комунікація?* (передача інформації від суб’єкта до об’єкта (об’єктів))

**Метод «Прес».**

«Хто володіє інформацією, той володіє світом»

**Уїнстон Черчіль**

*- Прокоментуйте вислів. На вашу думку, чи залишається вислів актуальним нині, коли цифрові та інтерактивні технології комунікації стрімко увірвалися в наше життя й доступом до інформації володіють усі?*

**МОТИВАЦІЯ НАВЧАЛЬНОІ ДІЯЛЬНОСТІ**

* Проаналізуйте вчорашній день вашого життя. Чи слухали ви радіо, читали газети, дивилися телевізор, чи проводили час у мережі Інтернет? Чи уявляєте життя без означених джерел? Яку інформацію ви в них черпали? Яку роль у суспільстві вони виконують?

**ВИВЧЕННЯ НОВОГО МАТЕРІАЛУ**

1. **Поняття мас-медіа(медіа).**

Комунікація сьогодні ― необхідна складова життєдіяльності людини й суспільства. У ХХІ столітті людина зусібіч оточена екранами, повідомленнями, плакатами, іграми, зображеннями. Кожного дня, коли ми вмикаємо телевізор, читаємо новини, розглядаємо нове графіті на стіні будинку, слухаємо радіо, отримуємо текстові повідомлення та телефонні дзвінки, проходимо повз зовнішню рекламу, ознайомлюємося з етикетками на товарах тощо, ми опиняємося в центрі інформаційного потоку. Канали, через які передається інформація, називаються мас-медіа або медіа.

**Медіа** (англ. media ― засоби, способи) ― це канали та інструменти для зберігання та передачі інформаціі.

**Мас-медіа (або ЗМІ) —** засоби одночасної передачі інформації групі людей, тобто канали масової інформації (радіо, телебачення, преса, кіно, фотографія, відео, мультимедійні комп’ютерні системи, Інтернет тощо);технічні засоби створення, запису, копіювання, тиражування, зберігання, поширення, сприйняття інформації та обміну її між автором медіатексту й масовою аудиторією.

**Інформація —** будь-які відомості, створенні людиною для передачі в часі та/чи просторі.

Зараз увесь світ залучений в єдину інформаційну систему, яка фактично працює в

режимі реального часу. Рівень задоволення потреби в інформації відіграє важливу роль у житті суспільства. Зокрема, дезінформація та інформаційний хаос викликають почуття невпевненості й безсилля.

**Метод «Прес»**

Найбільші гріхи медіа — це ті, що йдуть дорогою брехні, і їх є три: дезінформація, очорнення та знеславлення. А найважчий із них — це дезінформація.

**Папа Римський Франциск**

* *Поясніть як ви розумієте цю тезу? Чи погоджуєтеся з наведеною думкою? Чому медіа користуються прийомами брехні?*

**Робота з документом**



- *Які проблеми сучасних мас-медіа бачить автор?*

*- Як описаний автором сучасний стан мас-медіа впливає на суспільство?*

. Медіа до своєї аудиторії звертається через медіатекст. **Медіатекст** — текст, переданий каналами засобів масової інформації; будь-яка медіапродукція ЗМІ — друкований текст у пресі, фотозображення, повідомлення по радіо, аудіо-візуальні зображення в кіно, на телебаченні або їх фрагменти, реклама, етикетка на пляшці, SMS-повідомлення, веб-сторінка, блог, віртуальні фотоальбоми тощо.

Усі медіатексти містять ключове повідомлення, або **меседж, — це найважливіша ідея, яку має винести з публікації, блогу, інтерв’ю, репортажу, ток-шоу, фільму, літературного або музичного твору, реклами тощо цільова аудиторія, для якої цей меседж створюється.** Щоб передати сутність, у медіатексті використовують різні форми медійної мови — це візуальні символи, знаки, аудіовізуальні, стилістичні особливості, зображення, світло, колір, звук, музика тощо.

**Робота з візуальним джерелом**



* *Розгляньте запропонований медійний текст, визначте, який його головний меседж, які цінності він пропагує.*

1. **Різновиди мас-медіа**

Медіа поділяють на ***друковані*** та ***електронні***. Першу групу складають періодичні видання (газети, журнали, бюлетені) та книжки, а другу — аудіовізуальні засоби: радіо, телебачення, Інтернет

Методи поширення масової інформації удосконалювались упродовж розвитку людства та технічного прогресу. Інформація спочатку поширювалась усно, а з розвитком писемності — письмово: на папірусі, камені, папері. З виникненням друкарства з’явилися друковані засоби масової інформації. Газети, які дещо нагадували сучасні, виникли після винаходу Йоганном Гутенбергом у 1450 р. друкарського станка, який дозволив швидко копіювати велику кількість примірників та істотно знизити вартість газети.

**Робота з історичним джерелом**



. Наступний прорив у розвитку мас-медіа відбувся в ХІХ ст. з винаходом телеграфу, телефону та радіо. Новий прорив у збільшенні швидкості передачі інформації до масової аудиторії зробило телебачення, яке увійшло в наше життя з 30-х років минулого століття. Воно у 550 тисяч разів збільшило пропускну здатність інформації порівняно з телеграфом. У Києві перший телецентр був побудований і почав працювати 1951 р. Наступний стрибок у розвитку мас-медіа відбувся з настанням космічної ери та запуском перших супутників зв’язку в 60-х роках ХХ ст. Справжня революція відбулась із винаходженням Інтернету, комп’ютерних мереж, електронної пошти. Інтернет започаткував нову еру в розвитку комунікації, нині Всесвітня інформаційна мережа не має жодних кордонів, що дозволяє донести до широкого загалу будь-яку інформацію.

**3. Функціі мас-медіа**

* *Інформаційна* — збір і передача аудиторії відомостей, що стосуються будь-якої зі

сфер суспільного життя (економічної, соціальної, політичної, культурної).

* *Формування громадської думки* — мас-медіа висловлюють, інколи й нав’язують

певну точку зору щодо різних суспільних, політичних, культурних явищ.

* *Освітня* — донесення знань, розширення пізнавальних здібностей людини.
* *Управлінська* — мас-медіа можуть виступати засобом мобілізації для вирішення

конкретних соціальних, економічних, політичних завдань.

**•** *Комунікативна* — спілкування, налагодження контакту (листи, дзвінки, обміндумками),

пошук однодумців, висвітлення різних поглядів.

**•** *Маркетингова* — рекламування як товарів та послуг, так і політичних сил та ідеологій.

**Робота зі сxемою**



* *Наведіть приклади реалізації перелічених у схемі функцій мас-медіа.*

1. **Реклама**

У сучасному суспільстві реклама є необхідною умовою існування торгівлі, підприємництва, політичного життя, а також виконує низку інших **функцій**:

**•** *економічна* (отримання прибутку);

**•** *соціальна* (досягнення суспільно корисних завдань);

**•** *політична* (формування лояльності до існуючої системи управління суспільством,

політичних партій);

**•** *ідеологічна* (вплив на становлення й формування світогляду людини, суспільної думки);

**•** *психологічна* (апелює до бажань і мрій

покупця);

**•** *естетична* (культурна). Для того щоб справляти ефективний вплив, творці реклами

мають ураховувати психологію людини, суспільно-політичні настрої в суспільстві,

культурні особливості соціуму, а також закони естетики, дизайну, знати правила роботи з інформацією. Тому якісна реклама є продуктом, виробництво якого потребує значних зусиль і може прирівнюватися до творів мистецтва.





**Розвиток критичного мислення**

Прочитайте цитату з антиутопічного роману англійського письменника й публіциста Джорджа Орвелла «1984».

«Супроти сучасної системи всі тиранії минулого видаються слабкими і неефективними…

Причина цього була почасти в тому, що раніше жоден уряд не мав можливостей утримувати своїх громадян під постійним наглядом. Проте винайдення друкарства полегшило маніпулювання громадською думкою, а кіно та радіо сприяли подальшому розвиткові цього процесу. З винайденням телебачення й запровадженням технічних удосконалень, які зробили можливим одержувати й передавати інформацію за допомогою одного апарата, закінчилося приватне життя. Кожен громадянин міг по 24 години на добу перебувати під наглядом поліції і шквалом офіційної пропаганди, водночас позбавлений будь-яких інших альтернативних комунікаційних каналів. Уперше виникла можливість домогтися не лише цілковитої покори перед державою, а й цілковитої єдності в будь-яких питаннях».

* *Як у тексті зображено роль медіа? Автор у тексті зазначає, що громадяни були позбав лені альтернативних ко мунікаційних каналів, чому він надав важливості цьому факту? Прокоментуйте думку автора.*

**Робота в групаx**

Перегляньте рекламу. Проаналізуйте, який основний меседж реклами, до кого й до чого, до яких цінностей апелює зміст реклами, який вплив створюють образи та музичний супровід на глядача. Чи варто довіряти рекламі й з якою метою вона створена? Дайте кілька порад, як протистояти впливу реклами.

|  |  |
| --- | --- |
| 1 група «Кіндер сюрприз» | <https://www.youtube.com/watch?v=sTxPvTyDdxs>, <https://www.youtube.com/watch?v=uCKqv1I5UQM> |
| 2 група «Садочок» | <https://www.youtube.com/watch?v=VhW4FKw5OTY>  <https://www.youtube.com/watch?v=vM-OTxGjVwM> |
| 3 група «Активіа» | <https://www.youtube.com/watch?v=vKEGAWkvZRk>  <https://www.youtube.com/watch?v=ehVP8E_KIV0> |
| 4 група «Аxe» | <https://www.youtube.com/watch?v=x7S7KpcXdpA>  <https://www.youtube.com/watch?v=1ktZz6EPlW4> |
| 5 група «Dove», «Le Petti Marseillais» | <https://www.youtube.com/watch?v=h4EXVn1RSIU>  <https://www.youtube.com/watch?v=-3FeChkreQk> |

**ПІДСУМКИ ЛЕКЦІЇ**

**ВИКЛАДАЧ**

Мас-медіа є невід’ємною частиною становлення особистості та життя соціуму. Їх безпосереднім завдан- ням є передача інформації широкому загалу, протее перелік їхніх функцій у суспільстві є значно ширшим. Можна стверджувати, що сьогодні мас-медіа є творцями світу. Складовою мас-медіа є реклама, яка інформує аудиторію з метою продати певний продукт.

**Метод «Мікрофон»**

* Існує думка, що сучасній людині в житті найбільше бракує вражень. Тому реклама спрямована на продаж не стільки товару, а емоцій, які він нібито має викликати. Чи погоджуєтеся ви з такою думкою? Які емоції, на ваш погляд, будуть найбільш ефективними «продавцями»?