

У цьому навчальному модулі учням пропонується поміркувати над тим, якими ЗМІ користуються вони та їхні однокласники, і який вплив медіа можуть справляти на них. Використовуйте навички активного читання та аудіювання, щоб поставити під сумнів упередженість учнів щодо груп людей, представлених у рекламі, та визначити, які методи використовуються в пропаганді.

## Темі

ЗМІ, дезінформація, пропаганда, стереотипи, реклама, довіра

## Цільова аудиторія

Навчальний модуль 5 розроблений для учнів віком від 13 років і старше. Онлайн-інструментарій містить відкриті запитання, які учні можуть дослідити на власному рівні. Уроки поділяються на:

● прості → ● ● поглиблені → ● ● ● складні.

## Що мені потрібно?

Учні:

ноутбук/планшет/смартфон

наушники

доступ до Інтернету

папір

ручка

(безкоштовний)

учнівський акаунт

або

Учитель:

проектор та звук

доступ до Інтернету

(безкоштовний)

## Структура

Цей навчальний модуль складається з трьох уроків. Кожен урок структурований поетапно. На деяких етапах ви можете скористатися підказками та поглибленими запитаннями, щоб розширити урок. Поради можна знайти в посібнику для викладачів до кожного уроку в розділі "Структура".

Урок

Тема

Час

Підсумок

**Використання ЗМІ, «бульбашки», довіра**

50-60 хв

Учні спочатку дивляться на власну медіа-«бульбашку» та аналізують своє медіа-споживання. Потім вони діляться та порівнюють споживання ЗМІ іншими учасниками.

**Стереотипи, реклама, вплив**

50-60 хв

Учні досліджують, як стереотипи використовуються в медіа і як ці стереотипи впливають на те, що вони самі думають про навколишній світ.

**Дезінформація, пропаганда, техніки**

50-60 хв

За допомогою історичних та сучасних прикладів учні досліджують механізми, які використовуються в пропаганді, і розглядають, як вони самі можуть піддаватися впливу.

На цьому уроці учні розглянуть розмаїття і складний світ медіа. Спочатку учні розглянуть власну медіа-«бульбашку» та проаналізують, як вони користуються медіа. Потім вони поділяться та порівнюють споживання медіа іншими учнями.

## Навчальні цілі

- Учні обмірковують, якими медіа користуються вони та їхні однокласники
- Учні досліджують, які медіа можуть впливати на них і як саме

## Рівень

### Структура (50-60 хвилин)

Час	Кроки	Формат	Поради & поглиблені питання
5 хв	<b>Вступ</b> Я і ЗМІ	Обговорення класом	Попросіть одного з учнів прочитати вступний текст вголос. Таким чином ви переконаєтесь, що всі починають з однакової сторінки.
15 хв	<b>Крок 1</b> Що я бачу?	Індивідуально/ В парах/ Обговорення класом	Ця швидка вправа показує учням, що різні люди бачать різні речі, навіть коли дивляться на одну й ту саму картинку. Обговорення в парах - це коротка розминка, яка не повинна займати більше кількох хвилин. Питання про функції зображень у суспільстві є більш філософським. Вирішіть, скільки часу ви хочете витратити на це, залежно від того, наскільки ваші учні будуть зацікавлені. Це лише початок шляху, тому обмінюйтеся думками коротко. Запитання має змусити учнів замислитися над тим, як багато способів використання зображень.  говорить про вплив медіа на самооцінку жінок. Ми радимо вам запропонувати учням обговорити свої відповіді в малих групах, що дасть їм більше шансів висловитися і, сподіваємося, дозволить їм почуватися достатньо безпечно, щоб ділитися особистими прикладами. Ви повинні пам'ятати про делікатний характер обговорюваної теми.
5 хв	<b>Крок 2</b> Види медіа	Індивідуально	Учні розмірковують над власним використанням медіа. Тут немає правильних чи неправильних відповідей. Якщо учні називають дуже різні слова, подумайте над тим, щоб згрупувати відповіді, аби допомогти учням зрозуміти, що «медіа» - це складний термін, який використовується у багатьох значеннях.  Для кожної категорії є місце для п'яти прикладів, але ви можете попросити навести лише один або два приклади.
10 хв	<b>Крок 3</b> Обговоріть 3 теги з хмари у класі	Обговорення класом	Переконайтеся, що учні дочекалися відповідей від усього класу, а потім або обговоріть кожну хмару тегів по черзі, або оберіть одну з них для детальнішого обговорення. Попросіть учнів поміркувати над тим, що їх здивувало або зацікавило в хмарі тегів.  На кроці 4 вони детальніше розглянуть медіа, якими вони самі користуються, тому уникайте детального обговорення конкретних прикладів.

Час	Кроки	Формат	Поради & поглиблені питання
10 хв	<b>Крок 4</b> Ваша бульбашка	Індивідуально/ В парах	<p>Якщо учні не знайомі з поняттям «бульбашка», запропонуйте їм коротко обговорити, що, на їхню думку, воно може означати, а потім поясніть, що бульбашка уособлює як комфорт відомих речей, так і обмеження світогляду для людини всередині бульбашки (яка не може бачити за її межами).</p> <p>На цьому етапі учні уважніше придивляються до свого споживання медіа. Різні інтереси та походження учнів будуть відображені в медіа, якими вони користуються. Якщо приклади, які вони наводять, є різноманітними або, навпаки, одноманітними, буде цікаво обговорити, як медіа впливають на світогляд учнів.</p>
10 хв	<b>Крок 5</b> Довіра	В парах/ Обговорення класом	<p>Під час роботи в парах, учнів просять обговорити, чому вони вважають деякі ЗМІ достовірнішими, ніж інші. Ви можете запропонувати учням обмінятися думками про те, що сталося б, якби ви провели тиждень у чийсь медіа-бульбашці.</p>

## Урок 4.2 | Аналізуємо рекламу

Учні досліджують, як стереотипи використовуються в медіа і як вони впливають на те, як вони думають про навколишній світ. Учням показують різні рекламні ролики, і вони обирають один з них, щоб дізнатися про нього більше. В усіх рекламних роликах використовуються стереотипи.

### Навчальні цілі

- Учні досліджують поняття стереотипів і розглядають зв'язок між стереотипами та упередженнями.
- Дослідити поняття стереотипів у контексті реклами.

### Рівень

### Структура (50-60 хвилин)

Час	Кроки	Формат	Поради & поглиблені питання
5 хв	<b>Вступ</b> Аналізуємо рекламу	Обговорення класом	Попросіть одного з учнів прочитати вступний текст вголос. Таким чином ви переконаєтесь, що всі починають з однакової сторінки.
5 хв	<b>Крок 1</b> Звичайна	В парах	відправною точкою для роздумів про те, як стереотипи використовуються в рекламі. є гарною відправною точкою для роздумів про те, як стереотипи використовуються в рекламі.
5 хв	<b>Крок 2</b> Побачення	Обговорення класом/ Індивідуально	<p>Перегляньте разом і дайте учням можливість відповісти на запитання самостійно.</p> <p>Якщо ваші учні не знайомі з думкою про те, що нідерландці заощадливі або надмірно обережні з грошима, поцікавтеся, що вони думають з цього приводу. Кілька англійських виразів пов'язані з цією ідеєю: going Dutch, a Dutch treat або a Dutch date - всі вони вказують на те, що кожен платитиме за себе сам. Аналогічно, на нідерландській вечірці очікується, що кожен принесе свій власний напій. Цей легкий вступ показує, як реклама «грає» з національними стереотипами.</p>
10 хв	<b>Крок 3</b> Рекламодавці	Обговорення класом/ В парах	<p>Перегляньте разом і послушайте, як рекламодавці пояснюють свій метод.</p> <p>Обговорення в класі проведіть наприкінці цього етапу. Суть другого відео полягає в тому, що стереотипи зачіпають чутливі теми і що обставини, за яких вони використовуються і ким саме, мають велике значення.</p>
5 хв		Індивідуально/ Обговорення класом	<p>Перед початком обговорення попросіть кожного учасника придумати приклад. На цьому етапі корисно обмежити приклади національностями/країнами, а не групами меншин.</p> <p>Навчальний модуль фокусується на стереотипах. Експертам важко точно визначити, що саме відрізняє стереотип від упередження. Використовуйте словник для вивчення термінів. Головне, на чому слід наголосити, це те, що стереотипи часто вважаються образливими, але думки щодо того, що є чи не є образливим, дуже відрізняються.</p>

Час	Кроки	Формат	Поради & поглиблені питання
15 хв	<b>Крок 4</b> Сприймати чи ні?	Індивідуально/ Групове обговорення	<p>Учні спочатку самостійно обирають рекламу і відповідають на запитання.</p> <p>У рекламі використовуються сексистські, антисемітські, расистські, антиромські та анти-ЛГБТКІ+ зображення. Деякі зображення є образливішими, ніж інші. Важливо визнати, що деякі з цих зображень можуть завдати шкоди, а також те, що думки з цього приводу можуть відрізнятись. Наступні запитання допоможуть учням уважно розглянути зображення.</p> <p>Потім учасники об'єднуються в малі групи, в які входять люди, що розглядали різні приклади. За допомогою запитань вони повинні порівняти рекламу.</p>
5 хв	<b>Крок 5</b> Рефлексія	Індивідуально/ Обговорення класом	<p>Після того, як учні відповіли на запитання індивідуально, хмара тегів дозволяє провести заключну дискусію з усією групою.</p>

## Урок 4.3 | ЗМІ та маніпуляція

За допомогою історичних та сучасних прикладів, учні досліджують механізми, які використовуються в пропаганді, і розглядають як вони самі можуть піддаватися впливу.

### Навчальні цілі

- Учні дізнаються які методи використовуються в пропаганді.
- Учні думають про різні форми дезінформації.

### Рівень

### Структура (50-60 хвилин)

Час	Кроки	Формат	Поради & поглиблені питання
5 хв	<b>Вступ</b> ЗМІ та маніпуляція	Обговорення класом	Попросіть одного з учнів прочитати вступний текст вголос. Таким чином ви переконаєтесь, що всі починають з однакової сторінки.
10 хв	<b>Крок 1</b> Що ви знаєте про пропаганду?	Індивідуально/ Обговорення класом	Після того, як учні відповіли на запитання індивідуально, хмара тегів дозволяє провести короткий обмін думками в класі. До цього питання повернемося наприкінці уроку, що дозволить слухачам обміркувати нову інформацію та розуміння, які вони отримали.
5 хв	<b>Крок 2</b> Пропаганда в минулому та зараз	Індивідуально	Учні обирають малюнок, який їх зацікавив. Приклади стосуються антисемітизму, расизму та антироманізму.
10 хв	<b>Крок 3</b> Погляньте - поміркуйте - задумайтесь	Індивідуально	Ця вправа на візуальне мислення допомагає учням уважно дивитися і розмірковувати над зображенням, яке вони бачать. Після відповідей на запитання вони отримують довідкову інформацію про зображення.  Допоможіть учням усвідомити різницю між тим, що вони бачать (об'єктивне спостереження), і тим, що вони думають (інтерпретації, асоціації). Більше про видиме мислення можна дізнатися
15 хв.	<b>Крок 4</b> Пропагандистські техніки	Індивідуально/ Обговорення класом	Учні індивідуально читають текст про технічні прийоми пропаганди, а потім застосовують інформацію до обраного ними малюнка. Обговоріть з класом, коли щось може вважатися пропагандою. Після того, як кожна пара детально розгляне обраний ними приклад, зберіть ідеї щодо природи пропаганди. Пов'яжіть їх з описаними методами.
10 хв	<b>Крок 5</b> Дезінформація сьогодні	Індивідуально/ Обговорення класом	Учні просять придумати приклад дезінформації, а потім аргументувати, чому вони вважають, що це дезінформація.  Обговоріть з усією групою наведені поради щодо розпізнавання дезінформації. За потреби додайте свої пропозиції та детально обговоріть, як можна критично ставитися до інформації зі ЗМІ.

Час	Кроки	Формат	Поради & поглиблені питання
5 хв	<b>Крок 6</b> Що вам відомо зараз?	Індивідуально/ Обговорення класом	Знову ставиться вступне запитання: що учні вже знають про пропаганду?  Після індивідуальних відповідей, хмара тегів дозволяє провести заключну дискусію з усім класом.