

Урок –тренінг

« Хвороби цивілізації і реклама »

Тема: Хвороби цивілізації і реклама

Мета:розвивати навички критичного мислення і протидії рекламі тютюну та алкоголю, виховувати загальну культуру споживання , навчити учнів реально оцінювати інформацію з ЗМІ.

Обладнання і матеріали: папір, плакат очікувань, олівці, фломастери, маркери, ножиці, скотч, стікери, клей, таблички « ВПЛИВ ВЕЛИКИЙ » , « ВПЛИВ ВІДСУТНІЙ » , зразки друкованої реклами.

Орієнтовний план тренінгу:

1. Актуалізація теми
2. Робота з підручником.
3. Вправа « Континуум »
4. Енергохвилинка
- 5.Робота в групах
- 6.Підсумкове завдання ,завершення тренінгу

I. Вступ

1. Оголошення теми уроку

Діти , сьогодні тема нашого уроку « Хвороби цивілізації і реклама »

2. Знайомство

На початку уроку прошу вас познайомитися. Кожен учасник називає своє ім'я і продовжує фразу :

« Найбільше мені запам'яталась реклама... »

3. Правила

Дякую . Сьогодні у нас розпочинається нова тема – Профілактика соціально небезпечних захворювань. Давайте ми з вами складемо правила роботи нашої групи , за якими будемо працювати.(дод.1)

4. Цілі

Ну що ж правила ми склали , познайомилися , сподіваюсь , що нам вдасться робота в групах , вивчимо новий цікавий матеріал . На сьогоднішньому тренінгу ми з вами навчимося слухати рекламу і обрати потрібний і корисний товар.

5. Очікування

На дошці висить плакат ,на якому намальован Кошик сподівань. Прошу вас на стікерочках написати свої очікування - тобто те, що ви очікуєте від тренінгу ,і прикріпити їх навколо кошика.

Ви знаєте , що прикріплюємо по черзі і проговорюємо вголос свої очікування.

II Основна частина

1. Актуалізація теми.

Шановні учні , я пропоную вам на початку нашого тренінгу пофантазувати. Давайте ми з вами уявимо як жили первісні люди: як вони жили , чим харчувалися , яка в них була оселя.

А тепер згадайте нас – сучасних підлітків : що ми маємо ,чим харчуєтеся і де живете.

Уявили?

Добре .

Тепер прошу вас об'єднатися в дві групи «Минуле» , «Теперешнє». Завдання групам за 2 хвилини прошу вас зробити презентацію «вашого покоління» ,відповівши на питання :

- Чим харчувалися в ваш час?
- Хто сильніший і загартованіший?
- Який у вас режим дня?
- Хто менше хворіє?
- Які хвороби притаманні вашому часу?

Ви самі підійшли до висновку ,що в наш час , коли ми маємо достатньо їжі , коли ми маємо комфортні умови проживання , коли ми живемо в час нових технологій ,на жаль розвиваються хвороби очей , люди страждають на ожиріння , серцево-судинні захворювання , серед населення розповсюджується алкоголізм ,наркоманія , тютюнопаління.

2. Робота з підручником

Відкрийте підручник на сторінці 101 і прочитайте розділ « Куріння і рак» .

А зараз прошу відповісти на питання :

- Які негайні наслідки куріння для підлітків?
- Як впливає куріння на організм протягом 2-3-х років?
- Які захворювання характерні курцям зі стажем?
- Чи містить тютюновий дим карценогени?

3. Вправа « Континуум »

У нас напроти друг друга під стінами розташованні таблички «Вплив великий» , і « Вплив відсутній». Прошу учасників тренінгу зайняти місця на умовній лінії. Біля таблички «Вплив великий» стають ті хто приймають рішення під впливом реклами. Біля таблички « Вплив відсутній» стають ті ,хто ніколи не купляє товар під впливом реклами. В залежності від своєї позиції життєвої станьте ближче то однієї або другої стіни.

4. Енергохвилинка

Ви вже трохи притомилися . Я пропоную вам відпочити.
Енергохвилинка. Пам'ятаєте , що виконуємо все зі мною разом.
«Ми йдемо полювати на лева»

Учасники встають в коло один за одним.

Ми йдемо полювати на лева

(впевнений хід по колу)

Не боїмся ми нічого

(заперечуючі рухи руками)

Ой ,а що це ?-Це болото! Чав!Чав! Чав!

(обережний хід ,високо піднімаючи коліна)

Ой, а це що? - Це море! Буль! Буль! Будь!

(рухи, начеплавання)

Ой, а це що? - Це поле! Топ! Топ! Топ!

(гучне тупотіння по колу)

Ой, а це що? - Це дорога навпростець!

(впевнений хід)

Ой, а це хто? Такий великий?

(показуємо, який)

Такий пухнастий?

(показуємо рухами, який, погладжуючи його)

Ой, так це ж лев!

(показуємо, як злякалися)

Побігли додому! Через поле! - Топ! Топ! Топ!
Через море! - Буль! Буль! Буль!
Через болото! - Чав! Чав! Чав!
Прибігли додому! Двері зачинили! Які ми молодці?
(показуємо мімікою)
Які ми хоробрі? (показуємо мімікою)

Похвалимо себе! (погладжуємо себе по голові)".

5.Робота в групах

Прошу об'єднатися вас у три групи за кольорами світлофора
«Зелений», «Жовтий», «Червоний»
Прошу всіх відкрити в підручнику стор. 104 і прочитати ,які рекламні стратегії використовують рекламщики , що привабити споживачів до свого товару.
«Зелений» учні опрацьовують стратегію №1,2,3,
«Жовтий» - стратегію № 4,5,6,7,
«Червоний» - стратегію № 8,9,10,11

Дякую учасникам вправи.

III. Рефлексія

1.Підсумки тренінгу.

Вправа «Мікрофон»

Прошу учасників тренінгу продовжити речення
«Мені сьогодні сподобалось...»

1. Зворотній зв'язок.

Ми на початку уроку навколо нашого Кошика чіпляли свої очікування. Я прошу по черзі підійти до дошки і якщо ваші очікування справдилися то перенести очікування на Кошик.

2. Домашнє завдання

Параграф 15.

Для наступного завдання прошу об'єднатися вас у групи
« грудень» , « січень» , « лютий» . Кожна група отримає завдання :
використовуючи рекламні стратегії , придумати антирекламу
«Грудень» - тютюнопалінню,
«Січень» - алкоголізму,

«Лютий» - наркоманії.

Дякую за урок.

**« ВПЛИВ
ВЕЛИКИЙ»**

**«ВПЛИВ
ВІДСУТНІЙ»**

ПРАВИЛА РОБОТИ **ГРУПИ**

- 1. Говорити стисло.*
- 2. Виконувати Правило рук.*
- 3. Бути толерантним.*
- 4. Бути активним.*
- 5. Правило «Тут і тепер».*
- 6. Вимикати телефони.*

- Чим харчувалися в ваш час?
- Хто сильніший і загартованіший?
- Який у вас режим дня?
- Хто менше хворіє?
- Які хвороби притаманні вашому часу?

Рекламні стратегії

Щоб змусити людей придбати товар ,рекламодавці нерідко наводять не всі його якості ,а лише ті ,що показують товар з кращого боку. Часто ці якості перебільшені ,іноді відверто неправдиві. Деякі рекламні стратегії спонукають людей купувати товар ,який їм не потрібний. Не підходить чи шкодить їхньому здоров'ю. Знання цих стратегій допоможе тобі захиститися від їхнього впливу.

1. **Голос зірки.** Відомі люди ,зазвичай актори ,співачи , спортсмени ,вихваляють товар і розказують ,що вони ним користуються. Складається враження ,що цей товар справді хороший , і якщо ти хочеш бути схожим на зірку ,тобі треба теж його придбати.
2. **Голос експерта.** Лікарі , науковці розповідають про ефективність товарів ,таких ,як зубна паста чи ліки. Оскільки люди довіряють експертам ,вони купують саме цей товар.
3. **Факти і цифри.** Наводяться докази ефективності продукту. Ця техніка часто комбінується з голосом авторитетної людини.
4. **Порівняльні тести і опитування.** Наводять порівняльні якості рекламованого продукту (А) з подібними товарами (В і С) . Показують , що товар А набагато ефективніший за В і С. Нерідко поєднують з опитуванням споживачів.
5. **Демонстрації.** Демонструють ,як ефективно діє продукт. Деякі з таких реклам значно перебільшують позитивні якості товару – прального порошку чи пилососа.
6. **Апеляція до бажання належати до групи.** Складається враження ,що всі користуються цим продуктом. . А коли це так , то й ти маєш його придбати ,щоб не бути «білою вороною»
7. **Експлуатація сексуальної тематики.** Завдяки використанню привабливої моделі складається враження ,що продукт додасть тобі сексуальності.
8. **Апеляція до прагнення бути дорослим.** Складається враження ,що вживання продукту зробить тебе дорослішим і респектабельним.
9. **Обіцянка насолоди.** Складається враження ,що без цього товару ти не зможеш по-справжньому повеселитись і відпочити.
10. **Прагнення популярності.** Переконають , що коли ти купиш цей товар , то станеш набагато популярнішим.
11. **Ефект розпродажу.** Оголошують ,що кількість товару обмежена ,а знижка діє лише кілька днів.

