

Тема 5.2. Як медіа впливають на людину і суспільство

Відправною точкою для цієї теми є усвідомлення ролі мас-медіа в нашому суспільстві. Ми проаналізуємо як вони впливають на уряд, суспільство, зокрема, на наше життя.

Ключові здобутки у вивченні теми

Досліджуємо, сутність медійних повідомлень.

Розуміємо, як медіа впливають на публічну й особисту сферу життя, систему цінностей.

Діємо, порівнюючи медіаперсон і реальних людей, світ, що створений через медіа і реальне життя.



Медіа-сніданок

Спробуйте упродовж однієї хвилини визначитися, з ким ви б хотіли поснідати на ранковому шоу популярного телеканалу або просто зустрітися. Це можуть бути люди з вашого оточення, історичні особи або відомі публічні особистості (наприклад, відомі співаки чи співачки, актори чи акторки, спортсмени чи спортсменки інші). Обґрунтуйте свій вибір. Про що ви б хотіли з ними поговорити?

Модуль 1.

Вплив медіа

Досить часто характер нашої поведінки залежать від конкретних медіа, яким ми надаємо перевагу. Медіа — не просто обіг інформації. Вони формують громадську думку та впливають на людей.

Порівнюємо і обмінюємося думками

Як медіа впливають на мене

Відберіть у довільній формі 10 останніх новин із різних джерел (соціальні мережі, новини телебачення, радіо, друковані видання тощо).

Проаналізуйте їх з погляду впливу на ваше життя.

Дізнаєтеся, чи є серед відібраних новин повідомлення, які поширили інформаційні агенції?

Інформаційна агенція — спеціалізований установа, яка діє з метою забезпечення оперативною політичною, економічною, соціальною, культурною інформацією редакції газет, журналів, телебачення, радіомовлення.

Веб-активність

Інформаційні агентства

Ознайомтеся із переліком найбільш відомих в Україні інформаційних агентств.

Об'єднайтеся у шість груп, виберіть певну новину та дослідіть відмінності у її поданні у різних інформаційних агенціях України.

Ознайомтеся із найбільш відомими світовими інформаційними агентствами.



Детектор-медіа

Модуль 3.

Медіа і стереотипи

Згадайте із попередніх розділів, що ви знаєте про стереотипи та стереотипне мислення. Стереотипи є також складником медійного впливу, що відображається на нашій свідомості та поведінці. Досить часто медіа відтворюють їх у повідомленнях. Стереотипізація в мас-медіа — процес формування недостовірних уявлень про соціальні явища, поведінку людей і про навколишній світ.

Розглядаємо
і обговорюємо

Об'єднайтеся у чотири чи п'ять груп. Оберіть для групи певне друковане громадсько-політичне видання (газету чи журнал).

Проаналізуйте їх щодо характеру представлення, залучення вікової категорії учасників. Підрахуйте, скільки людей і якого віку зображено на фото в часописах, окрім реклами. Свої дані внесіть у спільну таблицю.

Назва медіа	До 5-ти років	6–14 років	15–19 років	20–29 років	30–45 років	45–55 років	Старші за 55 років
Газета «Нова»							
Журнал "Спорт для всіх"							



- Проаналізуйте отримані дані.
- Чи відповідає пропорція представлених у медіа вікових груп демографічному паспорту українського суспільства? Інформацію можна знайти за QR-кодом.
- Чи на вашу думку медіа репрезентують суспільство таким, яким воно є?

Застосуйте набуті знання і досвід

Відшукайте у певних медіа найбільш типові ситуації, в яких посилюються стереотипні уявлення про ту чи іншу суспільну групу (як позитивні, так і негативні).

Свій аналіз здійсніть у формі онлайн нотаток із посиланнями на відповідні медіаприклади.

Подумайте про можливі шляхи уникнення таких ситуацій або мінімізації їхнього впливу з боку медіа і з боку споживачів інформації.