***Реклама і здоров'я. Вплив реклами на рішення і поведінку людей.***

**Мета і завдання:** сформувати в учнів уявлення про рекламу, познайомити з видами реклами, пояснити, як реклама може вплинути на рішення і поведінку людини. Вчити критично ставитися до реклами, приймати правильні самостійні рішення. Розвивати уважність, мислення, вміння аналізувати, робити висновки. Виховувати дбайливе ставлення до свого здоров'я.

**Обладнання**: мультимедійна дошка, плакати, олівці, клей, малюнки, ножиці, магнітофон.

**Хід уроку**

**1. Організація початку уроку.**

- Наш урок з основ здоров'я я б хотіла б почати такими словами:

Я здоров'я вам бажаю!

Бо його не купиш.

Дляжиття – це головне

А інше сам здобудеш.

- Я бажаю вам на уроці бути активними, уважними і винахідливими. Сподіваюся, що цей урок залишить у вас міцні знання і відмінний настрій.

Працювати будемо з таким девізом:

Придумуй, пробуй і відповідай!

Розум, фантазію ти підключай!

Активним і кмітливим будь,

І про уважність не забудь!

**2. Постановка проблемного питання.**

*Гра «Магазин»*

Покласти на стіл банан, яблуко, насіння, пачку печива, сік і певний невідомий предмет, загорнутий в кольоровий пакетик. Запропонувати учням «купити» для себе продукти.

- Який товар ви б купили? Поясніть свій вибір.

- А чому ніхто з вас не купив би ось цей пакетик? (Ми не знаємо, що в ньому)

- А якщо я скажу, що в пакеті дуже смачна цукерка, її смак неповторний. Хто побажає придбати цей товар?

- Чому ви змінили свою думку? (Отримали інформацію про товар)

- Тобто, інформація про товар, реклама, вплинула на ваш вибір.

**3. Оголошення теми і мети уроку**

- Темою нашого уроку є «Реклама і здоров'я. Вплив реклами на рішення людини ». Ми будемо вести розмову про рекламу, як про один з найвпливовіших джерел інформації, познайомимося з історією виникнення реклами, її видами, способами поширення реклами, дізнаємося, як реклама може вплинути на рішення і поведінку людини, навчимося критично ставитися до реклами шкідливих продуктів.

**4. Вивчення нового матеріалу**

«Реклама, навіщо вона нам потрібна?» - таке питання ми задаємо собі, коли вона в черговий раз перервала перегляд цікавого фільму чи улюбленого телешоу. Реклама - інформація, яка привертає увагу до чого-небудь або підтримує інтерес до об'єкту. Щоб більше дізнатися про рекламу, чотири групи учнів приготували цікавий матеріал до уроку. Коли і де виникла перша реклама нам повідомляє учні 1 групи.

Учень 1: Перші рекламні повідомлення з'явилися ще за часів Стародавнього Єгипту. Археологи виявили папірус, залишений господарем якогось раба. Документ розхвалював фізичну витривалість, відмінне здоров'я і інші якості невільника, щоб для нього швидше знайшовся покупець.

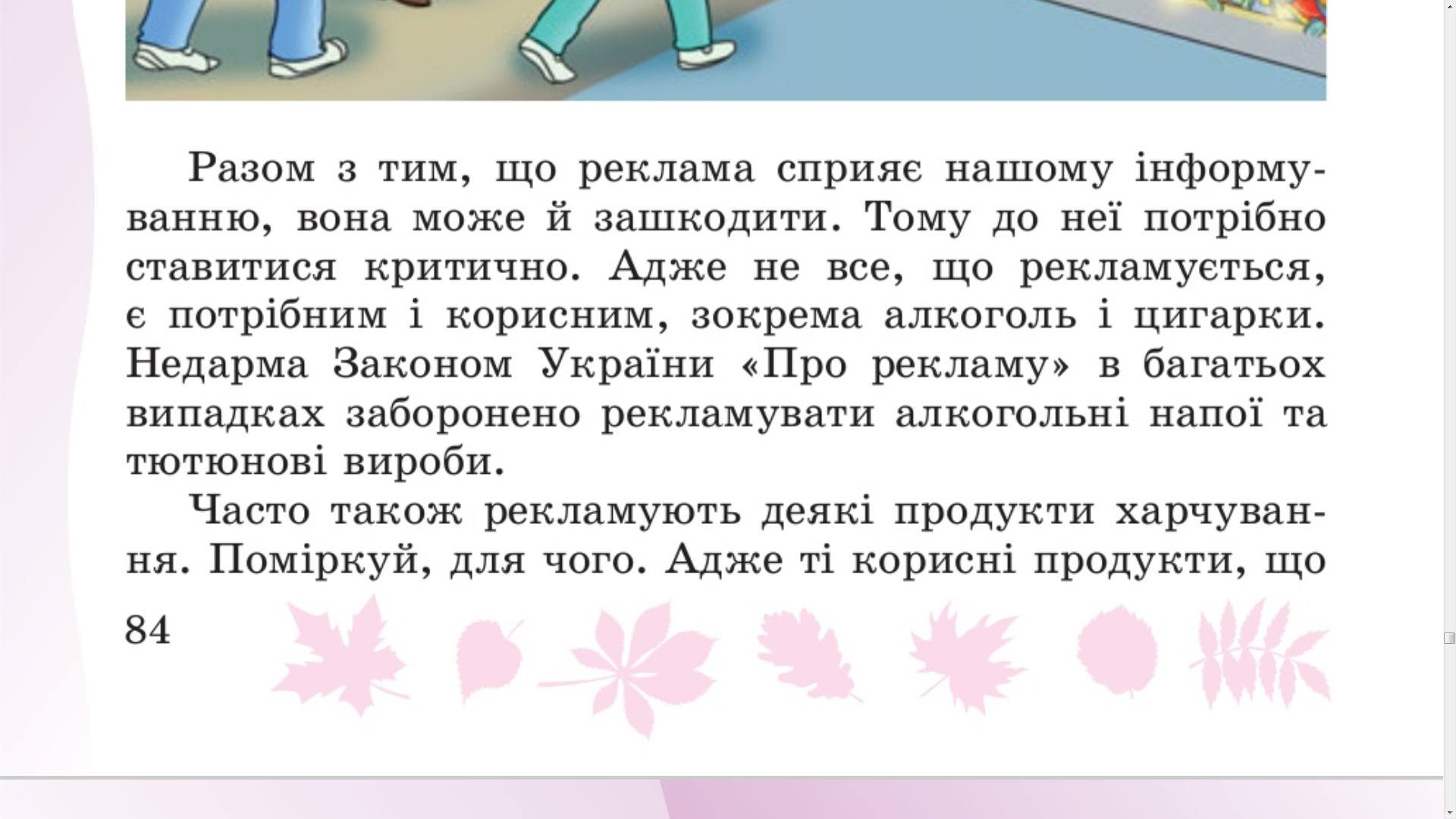
Учень 2: Перші «рекламщики» з'явилися пізніше - в епоху Древньої Греції. Вже тоді по міських вулицях і площах бродили глашатаї, зазивали народ піснями, що спонукають купити що-небудь або скористатися якоюсь послугою.

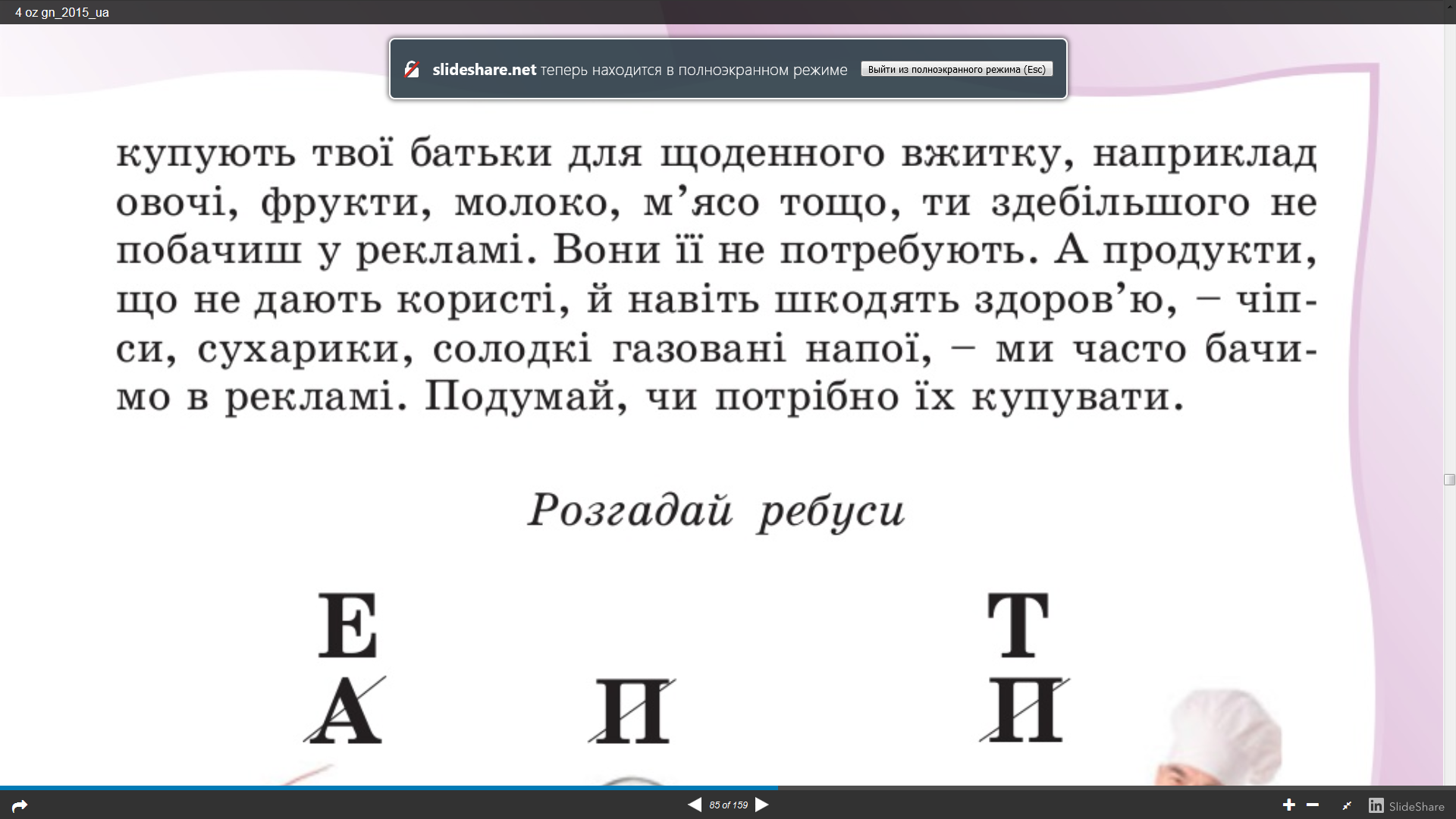
Учень 3: Перші близькі до сучасних рекламні оголошення народилися в Стародавньому Римі. Їх писали прямо на стінах будинків. Переходячи від хати до хати, городяни могли дізнатися про місце і час гладіаторських боїв, про продаж невільників, домашньої худоби і будь-яких товарів.

Учень 4: Винахід друкарського верстата ознаменував новий період у розвитку реклами. Вважається, що першу офіційну рекламу випустила лондонська газета, яка пообіцяла нагороду за повернення 12 вкрадених коней.

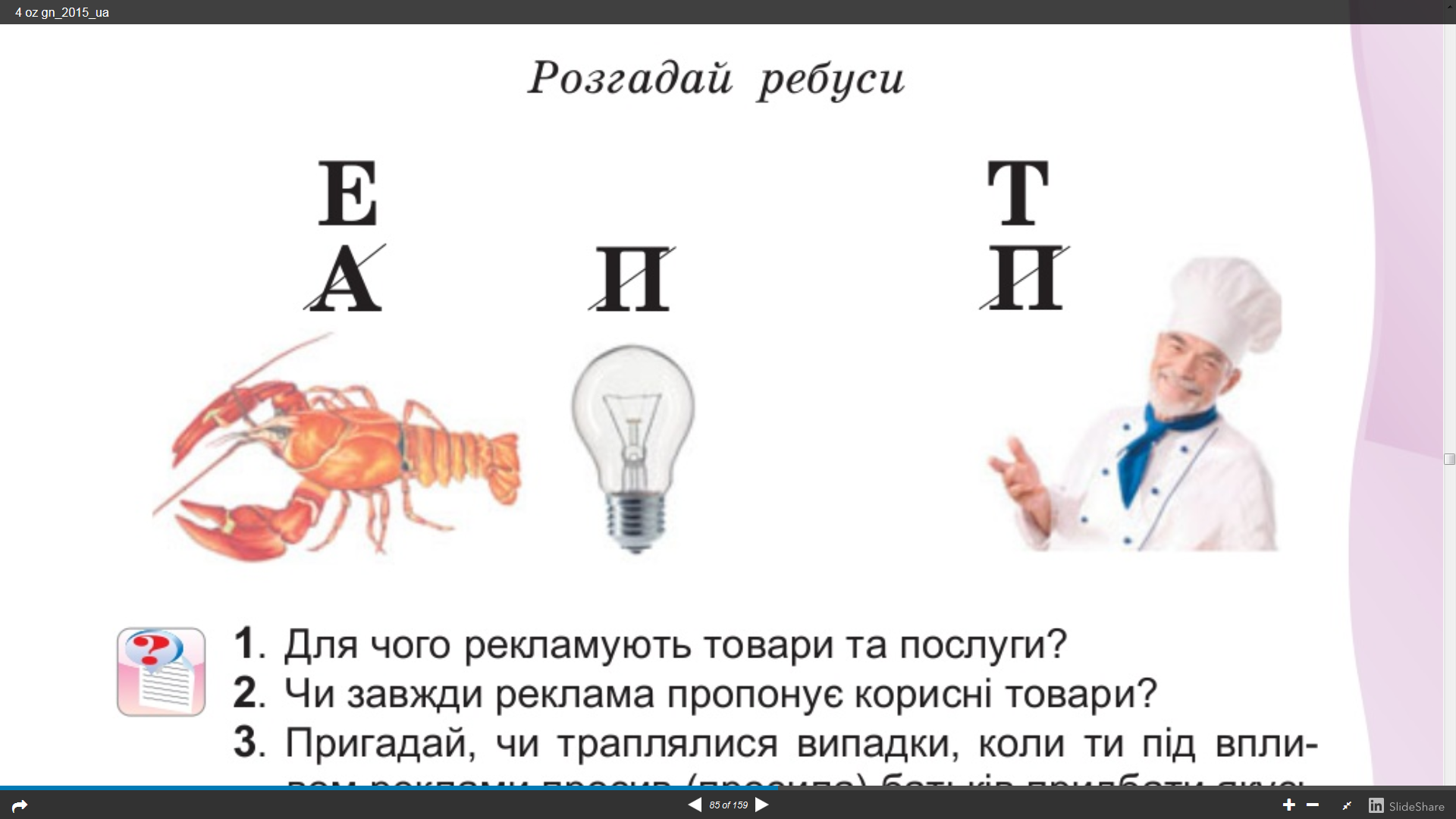
Учитель: - Спасибі «Історикам» за цікаву інформацію.

"Реклама двигун торгівлі". Здійснюючи покупку, ми мимоволі звертаємо увагу на розрекламовані товари. Але чи дійсно вони кращі за ті, які не рекламують? - Відкрийте підручник на стор. 84 -85. Там ви знайдете відповідь на моє запитання.





Розгадати ребуси на стор. 85 підручника



Учитель:

- Дуже часто в рекламі перебільшують гідності товару і нічого не говорять про негативи. Ми з вами споживачі, повинні навчитися критично ставитися до всього, про що говорять і показують в рекламі. Учні 2 групи познайомлять нас з деякими рекламними хитрощами.

1 учень: Перша рекламна хитрість називається «Ефект зірки». Відомі актори, співаки, спортсмени розповідають, що вони користуються цим товаром.

2 учень: Друга хитрість називається «Ефект експерта». Актори в ролі лікарів розповідають про ефективність ліки або зубної пасти.

3 учень: Наступна хитрість «Ефект популярності». У рекламі стверджують, що з цим товаром ти станеш набагато популярніше в своєму колі.

4 учень: Дуже часто в рекламі використовується хитрість «Ефект распрода пані». Оголошують останній день акції, кількість товару обмежена, а знижка діє тільки кілька днів, купиш товар - отримаєш подарунок, першим п'яти покупцям - подарунок.

5 учень: Щоб не купувати те, що тобі не потрібно або не підходить, або навіть те, що для тебе небезпечно, треба навчитися розпізнавати дійсну і помилкову інформацію і рекламні хитрощі.

- Дякую учням, які познайомили нас з рекламними прийомами. Ми візьмемо цю інформацію до відома і будемо критично ставитися до реклами. Реклама повинна відповідати наступним вимогам:

- максимум інформації при мінімумі слів;

- доказовість і дохідливість;

- стислість і лаконічність;

- видовищність, оригінальність і неповторність в деталях.

Третя група підготували рекламний проект.

Що ви будете рекламувати? (Жувальну гумку). Надаємо вам слово.

Якщо щітки немає зубної,

Можна жуйку узяти з собою,

І тоді навіть самі брудніші

Твої зуби будуть біліші.

Ось рекламу подивися –

Надувають бульбашки,

Зелені і сині,

На вигляд-то красиві.

"Хуба-Буба" називається,

Руки від неї не відмиваються.

Якщо до волосся потрапила,

Зачіску треба мінять.

Пасма відріжуть ножиці

Буде прикольна рожиця!

Правильно користуйся жувальними гумками - П'ять хвилин після їжі!

Якщо жуйку довго жуєш,

Язву в шлунку відразу знайдеш.

**Хором:**

Жувати - НЕ жувати вирішуйте самі.

Ми розповіли, а вибір за вами!

- Велике спасибі вам, діти!

- Харчові звички і уподобання формуються з дитинства. Той, хто звик харчуватися свіжими натуральними продуктами, зазвичай має краще самопочуття і здоров'я, ніж той, хто вживає чіпси, сухарики, солодкі газовані напої, солодощі. Послухайте вірш Лесі Вознюк «Сергійко і реклама» і дайте відповідь на питання: піддався спокусливої ​​рекламі Сергій чи ні?

**Сергійко і реклама**

Дивились **чіпси** на Сергійка з реклами -

підсмажені, з рум'яними боками.

Хотілось бігти і одразу **купувати,**

та навіть дозволу у **мами** не спитати.

В **рекламі** дружно чіпсами хрумтіли,

хвалили, насолоджуючись **їли.**

Із шинкою та сиром, із грибами

просили: «З'їж їх, не запитуй в мами!».

Але **Сергійко** впевнено тримався

і на спокуси чіпсів не піддався.

Засвоїв, що навчають не реклами,

а в школі та **поради** тата й мами.

- Про який продукт ідеться у вірші?

- Чи корисний він для здоров'я?

- Чи піддався Сергійко рекламі?

- Як ти поведешся в подібній ситуації?

- Найефективнішими способами реклами є засоби масової інформації: газети; телебачення; радіо. З їх допомогою реклама стає доступною для величезної кількості споживачів, швидко запам'ятовується, стає легко впізнаваною. Візитна картка кожної реклами - слоган і логотип.

***Вправа «Дізнайся рекламу» Дізнайтеся рекламу по слогану:***

1. Як підключитися до національної мережі цифрового телебачення? (Цифровий приймач Т2)

2. Звільни свою дику натуру (Lion)

3. Відмінний результат без переплат (Гала)

4. Райское наслаждение (Баунти)

5. Каждый день вкуснее с улыбкой (чипсы Лэйс)

6. Самая вкусная защита от кариеса (Орбит)

7. Спробуй новий формат пригод (Живчик)

8. Там ….де росте любов….(сок Садочок)

9. Вибуховий смак розваг (Макс Фан)

10. Веселіше, прибирати тричі швидше…(Містер Пропер)

11. Ваш щоденний догляд для красивої та сяючої шкіри (мило ДАВ)

12. Наповнює твій день життям (Бонаква)

13. Тут все, навіть, більше (Розетка)

14. Зняти біль допомагає, радість руху повертає. (Долобене-гель)

15. Найкраще для чоловіків (Джилет)

- До цього моментам ми з вами говорили про рекламу комерційну або економічну, метою якої стає покупець, запропонувавши товар якому, можна отримати натомість від нього прибуток. Існує й інший вид реклами. СОЦІАЛЬНА. Надаємо слово 4 групі.

Учень 1: Соціальна реклама спрямована на досягнення благодійних або суспільно корисних цілей: реклама здорового способу життя; боротьба з забрудненням навколишнього середовища; реклама громадських організацій і фондів, які допомагають дітям-сиротам, людям з обмеженими можливостями, бездомним тваринам.

Учень 2: Ми приготували рекламний стенд, присвячений проблеме 21-го століття - інтернет- залежності і телефономанії.

Учень 3: Дуже важко уявити наше сучасне суспільство без телефону, планшета, ноутбука, а головне - інтернету.

Учень 4: Кожен раз, коли ви дивитися на екран телефону або планшета, ви перестаєте помічати те, що вас оточує: ваших рідних, красивий пейзаж під час поїздки, друга, який сидить навпроти вас.

Учень 5: Вас просто немає в сьогоденні. Надаємо вашій увазі соціальну рекламу в форматі короткометражного фільму.

ПЕРЕГЛЯД.

Учень 6: Віддаючи телефону або комп'ютеру своє життя годину за годиною, ви впевнені, що нічого не втрачаєте?

Учень 1: Ці ілюстрації - повчальний урок для кожного з нас, що б ми зупинилися і задумалися. Не забувайте про реальне життя, сидячи онлайн, і будьте здорові!

**5. Рефлексія**

Жити зовсім без реклами неможливо. Це розуміють всі.

- Підсумовуючи все сказане про рекламу, давайте визначимо позитивний і негативний вплив реклами. У кожної пари на парті лежить смайлик. Прочитайте напис на ньому і визначте, це позитивний або негативний вплив. Домальовуйте емоцію своєму смайлику.

* Привчає до споживання непотрібних продуктів (рекламування продуктів харчування, протипоказання дітям: чіпси, газовані напої, жуйка і т.д.).
* Сприяє залученню до алкоголю і паління (красива реклама сигарет, пива та інших алкогольних напоїв).
* Впливає на відносини в сім'ї (конфлікти в сім'ї, образи, якщо дитині щось не купили з реклами).
* Залучення населення до здорового способу життя, милосердя (соціальна реклама - реклама благодійних фондів та акцій)
* Пропонує прості методи вирішення проблеми, які негативно позначаються на здоров'ї (немає час на обід - печиво «Тук», макарони бістро приготування «Мівіна»).
* Миготливі картинки реклами негативно впливають на зоровий апарат, здоров’я дитини в цілому (на очі, на роботу серця, мозок), а часта зміна зображення послаблює увагу.
* Допомагає бути в курсі появи нових товарів. Допомагає дізнатися багато нового (чистити зуби два рази в день, регулярно відвідувати стоматолога і т.д.).

- Зробимо висновок. Чого більше позитивного чи негативного має реклама?

- Значить, ви повинні навчитися вибирати товар не за рекламою, а по його необхідність і користь.

**6. Підсумок уроку**

Перегляд соціального мультфільму.

- Домашнє завдання: написати відгук про переглянуті мультфільмі (6-8 речень).

- На цьому наш урок закінчується. Я вам вдячна за активну роботу.