**Дидактико-методичний план-конспект уроку «Радіо як масмедіа»**

***з курсу за вибором «Основи медіаграмотності»***

*(8 клас; урок у форматах offline і online)*

Сергій Косянчук, методист

Київська гімназія східних мов № 1

|  |  |
| --- | --- |
| **УРОК ОЧНИЙ** | **УРОК ДИСТАНЦІЙНИЙ** |
| **Тема уроку**: «**РАДІО ЯК МАСМЕДІА**» | |
| **Мета уроку**: вироблення умінь самостійного здобуття знань і застосування їх за нових умов | |
| **Обладнання:** презентація із логотипами радіостанцій, комп’ютер (ноутбук), проєктор, інтерактивна дошка. | **Обладнання:** презентація із логотипами радіостанцій, комп’ютер (ноутбук), ґаджет. |
| Можуть використовуватися такі **методи навчання**: двосторонній (зворотний) зв’язок; проблемно-пошуковий; наочний; репродуктивний; словесно-рефлексійний (формулювання й висловлювання своїх думок). | Можуть використовуватися такі **методи навчання**: двосторонній (зворотний) зв’язок; проблемно-пошуковий; словесно-рефлексійний (формулювання й виклад своїх думок у чаті Zoom-конференції). |
| **План уроку** | |
| 1. Сучасне радіо – розваги, релаксація, рекламний бізнес чи оперативне інформування споживачів радіоконтенту?  2. Українське радіо сьогодні як представник масмедіа швидкого реагування на події і факти.  3. Формати українських радіостанцій. | |
| **ХІД УРОКУ**  **Організаційний момент** | |
| 1. Ознайомлення з планом навчальної роботи на уроці – повідомлення теми і мети уроку.  2. Перевірка санітарно-гігієнічних умов навчального заняття.  3. Підготовка класу до спільної активної діяльності (за потреби – до роботи в парах чи в четвірках).  *ПРИМІТКА. Для роботи в парах доцільно залучати сусідів по парті або на прохання вчителя здійснювати ротацію учнів.*  *У разі ротації вчитель пояснює, чому просить пересісти працювати в парі саме цих учнів.*  *Аргументи вчителя мають бути прийнятними, підтримані учнями, виклика́ти позитивні емоції не тільки у парах, а й у всього класу.*  *До роботи в четвірках учитель, як правило, залучає учнів, які сидять за суміжними партами.*  *Але можна сформувати нові четвірки, попросивши одного чи двох учнів пересісти за парти, наприклад, іншого ряду. Такий крок учителя не має бути безпідставним або спонтанним. На це мають бути певні освітні причини у межах реалізації триєдиного завдання.*  *Спостерігайте за учнями, підтримуйте їх, відзначайте щонайменші їх досягнення – і вони віддячать розумінням, знаннями, поведінкою.*  4. Загальне емоційне налаштування на предмет.  *ПРИМІТКА. Слід тримати фоном виховний аспект уроку. За потреби вдаватися до індивідуального підходу – з огляду на вікові й психологічні особливості учнів.*  *Темп уроку не має позначатися на рівні викладання, культурі мовлення й спілкування.* | 1. Експрес-моніторинг безпекової ситуації (пересвідчитися, що всі учні тримають відеоконтакт з учителем; дають зворотний зв’язок). Під зворотний зв’язком маємо на увазі негайний відгук учнів у чаті конференції. Привчайте їх після приєднання до конференції одразу писати в чат слово «присутній (-ня)». У такий спосіб буде зафіксовано всіх, хто на уроці, і Вам не потрібно буде відволікатися, аби скласти список чи хвилюватися, що когось пропустили. Після завершення конференції Вам автоматично пропонуватиметься перетворити конференцію (щоб цю функцію активувати, Ви маєте на самому початку уроку натиснути комбінацію клавіш Alt+V, після чого увімкнеться відеозапис). Функція відеозапису корисна не тільки у цьому моменті (див. нижче).  2. Нагадати учням, що дистанційний урок має три обов’язкові відтинково-часові етапи (перші 20 хв – робота вчителя й учнів; наступні 20 хв – виконання самостійної роботи (практичної роботи, частково-пошукових чи пошукових завдань, робота з тестовими навчальними і контрольними завданнями, відповіді на підготовлені вчителем запитання з повторення пройденого на попередніх уроках у межах Google Forms); останні 5 хв уроку – підбиття підсумків, рефлексія, оголошення домашнього завдання, емоційна підтримка учнів тощо).  *ПРИМІТКА.* *Робота з Google Forms дає кращий освітній ефект, відповіді учнів одразу отримує вчитель. Це також спрощує й полегшує обопільну діяльність, адже учням не потрібно фотографувати чи робити скріншоти виконаного завдання і перенапружуватися під час надсилання фото чи скріншотів учителеві (можливі проблеми зі зв’язком, негаразди з технічними засобами тощо).*  *Пам’ятаймо, що наш урок – не єдиний у розкладі цього дня.*  3. Повідомлення теми і мети уроку; загальне емоційне налаштування на предмет.  *ПРИМІТКА. Темп уроку не має позначатися на рівні викладання, культурі мовлення й спілкування.* |
| **Перевірка домашнього завдання:**  Виготовлення реклами свого класу, школи (на вибір учнів) | |
| Для перевірки цього завдання, поставленого на попередньому уроці, вчитель може попросити продемонструвати виготовлену учнями рекламу і зафіксовану на папері (це можуть бути: макети реклами, виконані у графічному стилі або у стилі аплікацій; роздруківка макету реклами, яка містить фотомонтаж або фотоколаж).  Якщо хтось виконав завдання у формі презентації (чи відеоролика), то її (його) можна переглянути на інтерактивній дошці.  Якщо хтось із учнів не виконав завдання, не загострюючи на цьому увагу, слід поцікавитися: яку рекламу хотів створити учень і чому це йому не вдалося реалізувати.  Такі мінідіалоги є важливим не лише для тих, хто не виконав, а й для тих, хто добре впорався із завдання. Розвиток діалогічного мовлення – важливий елемент сучасних педагогічних технологій.  *ПРИМІТКА. На нашу думку, і під час перевірки домашніх завдань, і під час проведення комбінованих уроків чи уроків узагальнення знань, контрольних робіт, і навіть уроків із вивчення нового матеріалу* ***роздатковий матеріал*** *у формі тестів/опитувальників є дуже ефективним інструментарієм і не поступається Google формам.*  Переваги й недоліки роздаткової картки-опитувальника.  ***Переваги:*** охоплено весь клас; задіяно всіх учнів; є змога моніторингу засвоєних знань чи оперативного здобуття знань під час уроку (коли вивчається новий матеріал за алгоритмом, закладеним у роздаткову картку-опитувальник, – учні зосереджуються на запитаннях картки поступово, водночас слухаючи пояснення вчителя й відповідаючи на певні запитання в опитувальнику); формування критичного мислення (курс за вибором «Основи медіаграмотності») дає змогу вчителеві на прикладах формулювання хибних тверджень розвивати критичне мислення); розвиток особистості.  ***Недоліки:*** потребує від учителя тривалішої й ретельнішої підготовки; вмінь працювати з Windows, графічними пакетами персонального комп’ютера чи ноутбука; коштів на придбання паперу і витратних матеріалів для принтера (якщо такий є у розпорядженні вчителя)  **ПРИКЛАД ОПИТУВАЛЬНИКА** **↓**   |  | | --- | | **Перевірка домашнього завдання**  **Клас \_\_\_\_\_\_\_. Ваші прізвище й ім’я\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **1. Які носії Ви використали, щоб виготовити візуальну рекламу?**  1а) папір формату А4 1б) папір формату А5 1в) файл Microsoft World  1г) файл Excel 1д) файл Power Point 1е) файл Photoshop  1ж) відеокамера, 1з) фотоапарат 1и) Ваш варіант \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **2. Якими медіа Ви скористалися під час виготовлення реклами?**  2а) самостійно відзнятими фото 2б) фото з інтернету 2в) самостійно відзнятими відео  2г) відео з інтернету 2д) запис власної озвучки 2е) озвучкою кількох осіб  2ж) аудіотреками (звукові/шумові ефекти) 2з) чужими текстовими матеріалами  2и) фрагментами з пісень, фільмів/мультфільмів 2і) Ваш варіант \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **3. Про що саме йдеться у Вашій рекламі?**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**\_\_**  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**\_\_**  **4. На кого спрямовано виготовлену Вами рекламу?** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**\_\_**  **5. Де Ви поширили б виготовлену Вами рекламу?** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**\_\_**  **6. На Вашу думку, така реклама досягла б свої цілі?**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**\_\_**  **7. Що Ви хотіли б додатково повідомити вчителю?** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**\_** |   Хто виявить бажання скористатися розробленою карткою, економлячи папір і тонер (чорнило), див. прикінцевий додаток. Щоб картка ма́ла хороший коефіцієнт корисності, тексти роздруковуються з обох боків аркушу паперу форматом А4. Після роздрукування кожен аркуш розрізається на 4 частини.  Зворотний бік карток-опитувальників може містити й іншу інформацію, яка даватиме змогу учням засвоювати новий матеріал, або – містити запитання, що стосуються подальших тем.  Ми, наприклад, зворотний бік картки використали для того, аби здобути інформацію про учнів як радіослухачів (опрацьовані емпіричні дані можуть знадобитися у ході виконання учнями практичної роботи *«Вплив музики на психічний та емоційний стан людини»*. Статус опитувальника – «Домашнє завдання» (як варіант). Виконання домашнього завдання на уроці.  Ця форма роботи дуже подобається учням, особливо, якщо завдання подаються у формі опитувальників. | Для перевірки цього завдання можна скористатися завчасно складеним опитувальником (Google формою), активувавши її (надавши учням доступ до Google форми безпосередньо під час уроку), а лінк розмістити безпосередньо в чаті Zoom-конференції. Учні копіюють цей лінк і за ним завантажують Google  форму для роботи з нею.  Приклад Google форми:  1. Зазначте, будь ласка, свої прізвище та ім’я (вибираємо опцію – запитання з короткими відповідями).  2. У якому класі Ви навчаєтеся (для паралелей, наприклад, 8-А, 8-Б, 8-В).  3. Які носії Ви використали, щоб виготовити візуальну рекламу? (Учні вибирають одну із запропонованих учителем відповідей: папір формату А4; папір формату А5; файл Microsoft Office World; файл Excel; файл Power Point; файл Photoshop; відеокамера; цифровий фотоапарат; інший варіант – тут учні записують непередбачене вчителем).  Не всі учні можуть знати, що це за файли, тож можуть піднести руку Піднести руку.jpg й перепитати, на що педагог має стисло відповісти, порадивши звернутися за поясненнями до вчителя інформатики (внесення у Google форми нових термінів і понять – незалежно від того, працюють учні з нею синхронно чи асинхронно, спонукає їх до самоосвіти, до встановлення міжпредметних зв’язків тощо).  4. Якими медіа Ви скористалися під час виготовлення реклами? Запитання можна залишити відкритим, тобто без надання варіантів для відповіді – у такий спосіб учні пригадуватимуть, що належить до медіа. Або – закритими, тобто – з варіантами відповіді, наприклад, фотографії (відзняті самостійно, узяті з інтернету); відео (відзняте самостійно, узяте з інтернету); аудіо (використання звукових ефектів, аудіодоріжок із пісень чи фільмів/мультфільмів тощо); чиїсь текстові матеріали; власна аудіорозповідь тощо).  5. Про що саме йдеться у Вашій рекламі? (запитання «відкрите», учні записують свою відповідь).  6. На кого спрямовано виготовлену Вами рекламу? (запитання «відкрите», учні записують свою відповідь).  7. Де Ви поширили б виготовлену Вами рекламу? (запитання «відкрите», учні записують свою відповідь).  8. На Вашу думку, така реклама досягла б своєї цілі? (запитання «відкрите», учні записують свою відповідь).  9. Що Ви хотіли б додатково повідомити вчителю? (запитання «відкрите», учні записують свою відповідь).  Якщо хтось з учнів не встиг виконати завдання (причини можуть бути різні), але перебуває на зв’язку, він має можливість гіпотетично виконати таке домашнє завдання (в реальному часі). Головне не в тому, щоб «підловити» учня, а в тому, щоб актуалізувати знання (навчання), розвивати здібності, виховувати відповідальність.  Для перевірки домашнього завдання можна скористатися лише чатом Zoom-конференції, але для цього підготовлені запитання слід упорядкувати як презентацію чи як звичайний файл у форматі .doc, .docx, як рисунок – у форматі .jpg або .png й запустити демонстрацію екрана. Демонстрація екрана триває стільки часу, скільки відведено на перевірку домашнього завдання.  *ПРИМІТКА. Якщо вчитель скористався лише чатом Zoom-конференції, то обов’язково має наголосити на тому, щоб учні нумерували свої відповіді аналогічно запитанням (це потрібно для подальшої швидкої ідентифікації та обробки педагогом учнівських відповідей). Не всі учні можуть синхронно відповідати – хтось відповість швидше, хто – із деяким запізненням (це залежить від умінь оперувати комп’ютерним забезпеченням чи функціями ґаджетів)).*  Відповіді в чаті учень/учениця мають подавати так:  Наприклад, Уч.-1 (Олена Василькова) пише в чаті: 1б), 1в), 1д).  Уч.-2 (Головний Адам) в цей час уже впорався із запитанням 2 і надіслав у чат таке повідомлення: 2а), 2б), 2з).  Уч.-3 (Snezhana-049) уже надіслала у чат відповідь на третє запитання: 3. Реклама класу.  Уч.-1 (Олена Василькова) нарешті відповів на 2-ге запитання: 2. 2г), 2з).  Уч.-2 (Головний Адам) написав відповідь на п’яте запитання: 5. На першому поверсі школи.  Уч.-10 (Rudko Maks) … … …  Уч.-7 (Шеремет Іванна) … … …  Уч.-16 (Орест Ч.) … … … |
| |  | | --- | | **Домашнє завдання**  **1. На Вашому ґаджеті встановлено застосунок Радіо FM?**  1а) Так 1б) Ні 1в) Не цікавився, бо не маю потреби  **2. Ви слухаєте дротове радіо або на FM-приймачі?**  2а) Так 2б) Ні 2в) Важко відповісти  **3. Ви часто слухаєте радіопередачі?**  3а) Щодня 3б) У вихідні 3в) Дуже рідко 3г) Ніколи  **4. Які радіостанції Ви знаєте?**  4а (напишіть 3-6 назв) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **5. Яку музику Ви слухаєте найчастіше?**  5а) класичну 5б) ритмічну танцювальну музику  5в) композиції у стилі сучасний рок і/або попрок 5г) фолк і/або кантрі  5д) релігійну 5е) шансон 5ж) хіти у стилі поп  5з) іншу (напишіть, яку саме) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **6. Ви слухали програми, у яких розвінчуються фейки?**  6а) Так 6б) Ні 6в) Не пам’ятаю 6г) Не знаю, що таке фейки |   **ПРИКЛАД ОПИТУВАЛЬНИКА** **↑** | Для онлайн-уроку за карткою, що ліворуч, окрему Google форму можна і не створювати. Достатньо ці запитання і варіанти відповіді до них подати у Google формі, за якою перевірялося домашнє завдання (див. с. 3).  *Якщо Google форма містить і перевірку домашнього завдання, і запитання за карткою, що ліворуч (нове домашнє завдання у формі тестів), учні мають пройти Google форму без переривання. Відповіли – відправили.*    До сьогоднішнього уроку «Радіо як масмедіа» є окреме завдання: *«Підготувати стислу розповідь про роль радіо, музики, комп’ютерних ігор і відеоігор у власному житті».* Щоб виконати його під час очного уроку – зворотний бік картки можна залишити чистим, тоді учні використають його для складання стислої розповіді.  Щоб виконати домашнє задання *про роль радіо, музики, комп’ютерних ігор і відеоігор у власному житті* під час онлайн-уроку, рекомендуємо скористатися чатом *Zoom-конференції*. |
| **УВАГА**  Якщо з розданими картками-опитувальниками працювати легко (стежте, щоб усі учні записали на картках свої прізвища й імена; іноді на зданих картках прізвище й ім’я не зазначено), то у процесі обробки інформації з чату є свої утруднення. Поверніться до п. 1 організаційного моменту, де йдеться про відеозапис конференції. Після того, – по завершенні Вами конференції, – як Ви матимете текстовий файл chat.txt**:**  **–**відкрийте файл chat.txt за допомогою Microsoft Office World і збережіть у тому форматі, у якому Ви зазвичай працюєте – .doc, .doc чи .rtf;  – уніфікуйте інформацію про учнів і від учнів (під час реєстрації у чаті і відповідей на запитання файл chat.txt постійно поповнюється інформацією):  • видаліть інформацію про час активності у чаті (потрібно для автоматичного сортування даних за принципом від Віл А до Я.png чи від Віл Я до А.png);  • прізвища й імена латиницею замініть на кирилицю (потрібно для автоматичного сортування даних);  • упорядкуйте – спочатку мають бути прізвища, потім – імена; імен можете не подавати, якщо у класі немає однофамільців;  • виділіть курсором або комбінацією клавіш Cntr+A наявний у файлі текст;  • у закладках (відображаються зверху над цим файлом) знайдіть функцію сортувати від Віл А до Я.png чи від Віл Я до А.png. Продовжте сортування.  Після того, як інформацію буде автоматично посортовано, Ви отримаєте щось на зразок:  Василькова Олена: 1б), 1в), 1д) Ліщицька Сніжана: 3. Реклама класу Шеремет Іванна: Присутня  Василькова Олена: 2. 2г), 2з) … … … … … … … … … … Шеремет Іванна: 1д)  Головний Адам: 2а), 2б), 2з) Рудько Максим: Присутній Шеремет Іванна: 2в), 2и)  Головний Адам: 5. На першому поверсі школи Чагарний Орест: Присутній  Якщо Вам здається, що забагато клопоту, то це не завжди так. Уявіть, коли Ви підготуєте чат-тест, де всі запитання матимуть варіанти відповіді (по одному чи по кілька варіантів) з передбаченими балами, то як важко буде обробляти дані з файлу chat.txt, який Ви відкрили за допомогою Microsoft Office World і зберегли у тому форматі, у якому Ви зазвичай працюєте – .doc, .doc чи .rtf.  Та головне в іншому (маємо і такий досвід): під час дистанційного уроку буває, що не всі учні мають змогу за лінком перейти до Google форми чи, навпаки, писати у чат. Конференція Zoom дає змогу писати у чат, а Google Forms – швидко записувати відповіді учнів. Аби був інтернет-зв’язок. | |
| **Мотивація навчальної діяльності**  Радіо ми звикли з вами слухати і сприймати як тло. Минули часи, коли люди спеціально збиралися разом і слухали радіо уважно і зосереджено, не відволікаючись навіть на те, щоб поспілкуватися одне з одним. Тепер радіо ми чуємо зазвичай тоді, коли займаємося іще якимись справами: їмо, їдемо у громадському транспорті, збираємось на роботу чи в школу тощо. Можемо також запустити онлайн-радіо, коли працюємо за комп’ютером. Тобто всюди воно виступатиме тлом. Але чи дійсно ця «фоновість» робить його гіршим за інші медіа? Сьогодні почнемо з’ясовувати популярність серед нас радіо *(за: Основи медіаграмотності: Навч.-метод. посіб. для вчителя 8(9) кл. Плани-конспекти уроків / [за ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк, О. П. Мокрогуза]. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2014. С. 153–157).* | |
| **Пояснення нового навчального матеріалу** | **Пояснення нового навчального матеріалу**/**самостійне здобування знань** |
| Організація навчально-пізнавальної діяльності на уроці має спрямовуватися на ненапружене сприймання, швидке розуміння, легке засвоєння й закріплення здобутих знань. Значна увага приділяється особливостям застосовування нових знань на практиці.  Найчастіше ми чуємо радіо у громадському транспорті. Здебільшого радіо слугує нам музичним тлом, тобто більшість із нас сприймають радіо як такий собі плеєр, у якому немає можливості вибрати бажану пісню, можна вибрати лише ближчий для себе формат станції.  Тепер в Україні є багато радіостанцій, які працюють на всеукраїнське ефірне мовлення. Є також безліч регіональних відділень і власне станцій. Є три канали дротового радіо: УР-1 (Перший канал Українського радіо) (УР-1 можна слухати на смартфонах за лінком: https://radioua.net/ur-1/), УР-2 «Промінь» («Промінь» можна слухати на смартфонах за лінком: https://ukr.radio/channel.html?channelID=5) та УР-3 «Культура» (можна слухати на смартфонах за лінком: https://radioua.net/cultura/). Подекуди ще залишилося дротове мовлення. Але, звичайно, переважна більшість – це FM- радіо, тобто таке, що мовить у FM-діапазоні.  Існує 4 типи (формати) радіомовлення, які виокремлюються з огляду на те, наскільки ефір радіомовлення заповнений музикою і текстом:  • Музичний – це радіо, кількість інформації на якому (зокрема короткі рубрики, випуски новин і реклама) не перевищує 10–25% ефірного часу. Решта – музика. Під цей тип мовлення можна підвести значну більшість музичних комерційних радіостанцій.  • Інформаційний – музики в ефірі практично не буває. Зазвичай це випуски новин з постійним оновленням інформації у міру її надходження і рекламними вставками. Іноді на деяких радіостанціях до випусків новин додаються й короткі ток-шоу.  • Інформаційно-музичний – це коли співвідношення інформаційного наповнення до музичного складника десь від 60–70% до 40–30%. Тобто значно переважає розмовний складник.  • Музично-інформаційний – де, навпаки, частка музики буде більшою ніж обсяг новин, ток-шоу і реклами. У ньому працює значна більшість радіостанцій в Україні, бо цей формат найзапитаніший у наш час.  ***Формати музичні, представлені у вітчизняному радіоефірі:***  • Шансон – формат, за формою щось середнє між folk і country, а за змістом фактично результат, м’яко кажучи, специфічного розвитку нашого суспільства в останні 90 років – суміш табірної (блатної) музики, бардівської пісні, так званого міського романсу;  • Фолк – народна стилізована музика;  • Урбан – переважно «чорна» музика в стилі урбан і реп з цільовою аудиторією 14–20 років;  • Ритм-енд-блюз – назва формату говорить сама за себе – активний формат з цільовою аудиторією 25–40 років;  • М’який джаз – формат з цільовою аудиторією 30–45 років;  • Крістіан – музика релігійного змісту, зокрема й у сучасній обробці;  • Класика – класична музика з дуже вузькою цільовою аудиторією без віку;  • Кантрі – народна північноамериканська музика;  • Альтернатива – альтернативна музика з цільовою аудиторією 18–25 років і з цільовою аудиторією 25–35 років. | За специфікою онлайнового навчання ми не можемо перебувати з учнями у візуальному контакті впродовж усього уроку. От саме зараз переходимо до другої фази уроку і можемо призначити самостійну роботу з навчальними текстами (за підготовленим учителем і розміщеним у Classroom планом-конспектом). Лінк (із наданням усім, хто має цей лінк, права доступу й редагування) на такий план-конспект доцільно напередодні повідомити учням через засоби Classroom. План-конспект уроку може бути виконаний у форматі презентації, як файл Microsoft Office World чи навіть у форматі .pdf.  Наша практика довела, що найкраще підходять для онлайнової роботи файли Microsoft Office World у форматі .docx, а розмір сторінки – А5 горизонтальної орієнтації. Переваги: А5 динамічніше скролиться (гортається); сторінки А5 змушують розробника плану-конспекту не тільки добирати розміри шрифтів (12pt–16pt), а й подавати інформацію порційно, компактно, увиразнюючи дизайн сторінок, акцентуючи на найважливішому.  Файли Microsoft Office World у форматі .docx при завантаженні на Google disk не порушують дизайну сторінок. Однак, усе варто перевірити. Завантаживши свій план-конспект уроку на Google disk, відкрийте файл, здійсніть будь-яку правку у тексті, після чого система остаточно увідповіднить Ваш файл усім вимогам Classroom і повідомить, що файл перетворено на .docx. Проскрольте файл від першої сторінки до останньої, упевніться, що всі посторінкові елементи на своїх місцях. За потреби підредагуйте.  Файли у форматі .docx дуже м’які. Ви можете не тільки скролити та коментувати, а й перетворювати певні сторінки на внутрішньо динамічний контент. Наприклад, Ви підготували сторінку з метою актуалізувати знання учнів, здобуті на одному з перший уроків, щоб поєднати їх із сьогоднішньою темою:  Розробка уроку 26_04  Почувши відповіді учнів на запитання «Який термін ховається під цією плашкою», Ви можете прокоментувати їх висловлювання, потім видалити плашку, або – одразу видалити плашку, за якою ховався термін МЕДІА... В обох випадках запитайте: «Чому слово «гальмують» виділено напівжирним курсивним шрифтом?». |
| ***Онлайн-радіо.*** Дуже часто ми слухаємо музику на комп’ютері: в соціальних мережах, у різноманітних аудіосервісах, на файлообмінниках тощо. Так склалося, що зручніше увімкнути бажаний трек через мережу, ніж шукати його на компакт-дисках чи у своїх архівах. Онлайн-радіо не потребує надто багато коштів, працюють на них здебільшого ентузіасти. Онлайн-радіо стає все популярнішим. Звичайно, що йдеться саме про станції, які існують лише в мережі й не мають виходу до FM-діапазону. Станції, які працюють в FM-діапазоні, також мають свої інтернет-дублікати, які подають ту саму інформацію у мережі.  Онлайн-станції працюють без реклами. Формат і жанровий складники можуть добирати самостійно для певної аудиторії, не намагаючись догодити всім і кожному. Але існує й імовірністьнатрапити на неякісну станцію. Бракпродуманої редакційної політики, спонсорської підтримки можуть призвести до викривлення фактів і подання хибної інформації.  «Громадського радіо» запрацювало в 2013 році: спочатку це був подкаст-проект (тобто на сайті можна послухати різні програми), тепер – веб-радіо (онлайн-радіо). Це радіо має бути незалежне від влади, бізнесменів чи політиків – за задумом його організаторів, українських професійних журналістів. На «Громадському радіо» ви знайдете культуру, докладні ток-шоу з людьми, багато такого, чого немає в жодному іншому радіо *(за: Основи медіаграмотності: Навч.-метод. посіб. для вчителя 8(9) кл. Плани-конспекти уроків / [за ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк, О. П. Мокрогуза]. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2014. С. 153–157).* | |
| **Підбиття підсумків**  Підбиття підсумків уроку кожен учитель здійснює за власним баченням. | |
| **Домашнє завдання** | |
| Підготувати стислу розповідь про роль радіо, музики, комп’ютерних ігор і відеоігор у власному житті.  **↑** Щоб учні могли виконати домашнє завдання під час очного уроку, зворотний бік картки (див. с. 3) можна залишити чистим. | Підготувати стислу розповідь про роль радіо, музики, комп’ютерних ігор і відеоігор у власному житті.  **↑**Щоб учні могли виконати домашнє задання під онлайн-уроку, рекомендуємо скористатися чатом Zoom-конференції.  Складання окремих Google форм для завдань такого типу, на нашу думку, недоцільне. |

|  |  |
| --- | --- |
| **МОДЕЛЛЮВАННЯ УРОКУ «РАДІО ЯК МАСМЕДІА»** | |
| **Урок *offline*** | **Урок *online*** |
| **ПРИМІТКА**  *Попри те що зміст домашнього завдання Ви розмістили у Classroom, і наповнили кейс на випадок виникнення ситуації, за якої унеможливиться завершення уроку, зосередьте увагу учнів на завданні, на особливостях його виконання, на можливості творчо попрацювати над ним*  **Хід уроку**  **ПЛАН УРОКУ**  **Методи**  **Обладнання**  **Мета**  **Перевірка / виконання домашнього завдання**  **Пояснення**  **нового навчального матеріалу**  **Підбиття підсумків**  **Організаційний**  **момент**  **Мотивація**  **навчальної діяльності**  **Домашнє завдання**  **ТЕМА УРОКУ** | **Хід уроку**  **Модель 2**  **ПЛАН УРОКУ**  **Методи**  **Мета**  **Обладнання**  **ТЕМА УРОКУ**  **Модель 1**  **Хід уроку**  **Організаційний момент** *(5–7 хв)*  *Не всі учні підключаються до конференції вчасно***.** *Потрібен час*  **Лише перевірка домашнього завдання або тест** (чат конференції або Google форма) *(7–6 хв)*  **Перевірка +**  **виконання домашнього завдання**  *(15–13 хв)*  **Мотивація навчальної діяльності**  *(1 хв)*  **Самостійне опрацювання**  **учнями змісту уроку за конспектом-презентацією, підготовленою учителем**  **(без спілкування з учителем)**  *(18–20 хв)*  **Пояснення вчителем**  **нового матеріалу з демонстрацією плану-конспекту уроку**  *(10 хв)*  **Самостійне виконання учнями завдань, проходження тестів**  **у Google формі тощо**  **(без спілкування з учителем)**  *(18–20 хв)*    **ПРИМІТКА**  *На оголошення домашнього завдання час можна не витрачати, адже його Ви розмістили у Classroom*  **Підбиття підсумків**  *(3–4 хв)*  **Підбиття підсумків**  *(1 хв)* |

|  |  |
| --- | --- |
| **Клас \_\_\_\_\_\_\_. Ваші прізвище й ім’я\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **1. Які носії Ви використали, щоб виготовити візуальну рекламу?**  1а) папір формату А4 1б) папір формату А5 1в) файл Microsoft World  1г) файл Excel 1д) файл Power Point 1е) файл Photoshop  1ж) відеокамеру 1з) фотоапарат 1и) Ваш варіант \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **2. Якими медіа Ви скористалися під час виготовлення реклами?**  2а) самостійно відзнятими фото 2б) фото з інтернету 2в) самостійно відзняті відео  2г) відео з інтернету 2д) запис власної озвучки 2е) озвучка кількох осіб  2ж) аудіотреками (звукові/шумові ефекти) 2з) чужими текстовими матеріалами  2и) фрагментами з пісень, фільмів/мультфільмів 2і) Ваш варіант \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**\_\_\_\_\_\_\_\_**  **3. Про що саме йдеться у Вашій рекламі?**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **4. На кого спрямовано виготовлену Вами рекламу?** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **5. Де Ви поширили б виготовлену Вами рекламу?** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **6. На Вашу думку, така реклама досягла б своєї цілі?**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **7. Що Ви хотіли б додатково повідомити вчителю?** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | **Клас \_\_\_\_\_\_\_. Ваші прізвище й ім’я\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **1. Які носії Ви використали, щоб виготовити візуальну рекламу?**  1а) папір формату А4 1б) папір формату А5 1в) файл Microsoft World  1г) файл Excel 1д) файл Power Point 1е) файл Photoshop  1ж) відеокамеру 1з) фотоапарат 1и) Ваш варіант \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **2. Якими медіа Ви скористалися під час виготовлення реклами?**  2а) самостійно відзняті фото 2б) фото з інтернету 2в) самостійно відзняті відео  2г) відео з інтернету 2д) запис власної озвучки 2е) озвучка кількох осіб  2ж) аудіотреками (звукові/шумові ефекти) 2з) чужими текстовими матеріалами  2и) фрагментами з пісень, фільмів/мультфільмів 2і) Ваш варіант \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**\_\_\_\_\_**  **3. Про що саме йдеться у Вашій рекламі?**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**\_**  **4. На кого спрямовано виготовлену Вами рекламу?** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**\_**  **5. Де Ви поширили б виготовлену Вами рекламу?** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **6. На Вашу думку, така реклама досягла б своєї цілі?**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **7. Що Ви хотіли б додатково повідомити вчителю?** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**\_** |
| **Клас \_\_\_\_\_\_\_. Ваші прізвище й ім’я\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **1. Які носії Ви використали, щоб виготовити візуальну рекламу?**  1а) папір формату А4 1б) папір формату А5 1в) файл Microsoft World  1г) файл Excel 1д) файл Power Point 1е) файл Photoshop  1ж) відеокамеру 1з) фотоапарат 1и) Ваш варіант \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **2. Якими медіа Ви скористалися під час виготовлення реклами?**  2а) самостійно відзняті фото 2б) фото з інтернету 2в) самостійно відзняті відео  2г) відео з інтернету 2д) запис власної озвучки 2е) озвучка кількох осіб  2ж) аудіотреками (звукові/шумові ефекти) 2з) чужими текстовими матеріалами  2и) фрагментами з пісень, фільмів/мультфільмів 2і) Ваш варіант \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**\_\_\_\_\_\_\_\_**  **3. Про що саме йдеться у Вашій рекламі?**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **4. На кого спрямовано виготовлену Вами рекламу?** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **5. Де Ви поширили б виготовлену Вами рекламу?** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **6. На Вашу думку, така реклама досягла б своєї цілі?**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **7. Що Ви хотіли б додатково повідомити вчителю?** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | **Клас \_\_\_\_\_\_\_. Ваші прізвище й ім’я\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **1. Які носії Ви використали, щоб виготовити візуальну рекламу?**  1а) папір формату А4 1б) папір формату А5 1в) файл Microsoft World  1г) файл Excel 1д) файл Power Point 1е) файл Photoshop  1ж) відеокамеру 1з) фотоапарат 1к) Ваш варіант \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **2. Якими медіа Ви скористалися під час виготовлення реклами?**  2а) самостійно відзняті фото 2б) фото з інтернету 2в) самостійно відзняті відео  2г) відео з інтернету 2д) запис власної озвучки 2е) озвучка кількох осіб  2ж) аудіотреками (звукові/шумові ефекти) 2з) чужими текстовими матеріалами  2и) фрагментами з пісень, фільмів/мультфільмів 2і) Ваш варіант \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**\_\_\_\_\_**  **3. Про що саме йдеться у Вашій рекламі?**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**\_**  **4. На кого спрямовано виготовлену Вами рекламу?** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**\_**  **5. Де Ви поширили б виготовлену Вами рекламу?** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **6. На Вашу думку, така реклама досягла б своєї цілі?**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **7. Що Ви хотіли б додатково повідомити вчителю?** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**\_** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Клас \_\_\_\_\_\_\_. Ваші прізвище й ім’я\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **1. На Вашому ґаджеті встановлено застосунок Радіо FM?**  1а) Так 1б) Ні 1в) Не цікавився, бо не маю потреби  **2. Ви слухаєте дротове радіо або на FM-приймачі?**  2а) Так 2б) Ні 2в) Важко відповісти  **3. Ви часто слухаєте радіопередачі?**  3а) Щодня 3б) У вихідні 3в) Дуже рідко 3г) Ніколи  **4. Які радіостанції Ви знаєте?**  4а (напишіть 3-6 назв) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  ­­­­\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **5. Яку музику Ви слухаєте найчастіше?**  5а) класичну 5б) ритмічну танцювальну музику  5в) композиції у стилі сучасний рок і/або попрок 5г) фолк і/або кантрі  5д) релігійну 5е) шансон 5ж) хіти у стилі поп  5з) іншу (напишіть, яку саме) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **6. Ви слухали програми, у яких розвінчуються фейки?**  6а) Так 6б) Ні 6в) Не пам’ятаю 6г) Не знаю, що таке фейки | **Клас \_\_\_\_\_\_\_. Ваші прізвище й ім’я\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **1. На Вашому ґаджеті встановлено застосунок Радіо FM?**  1а) Так 1б) Ні 1в) Не цікавився, бо не маю потреби  **2. Ви слухаєте дротове радіо або на FM-приймачі?**  2а) Так 2б) Ні 2в) Важко відповісти  **3. Ви часто слухаєте радіопередачі?**  3а) Щодня 3б) У вихідні 3в) Дуже рідко 3г) Ніколи  **4. Які радіостанції Ви знаєте?**  4а (напишіть 3-6 назв) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **5. Яку музику Ви слухаєте найчастіше?**  5а) класичну 5б) ритмічну танцювальну музику  5в) композиції у стилі сучасний рок і/або попрок 5г) фолк і/або кантрі  5д) релігійну музику 5е) шансон 5ж) хіти у стилі поп  5з) іншу (напишіть, яку саме) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **6. Ви слухали програми, у яких розвінчуються фейки?**  6а) Так 6б) Ні 6в) Не пам’ятаю 6г) Не знаю, що таке фейки |
| **Клас \_\_\_\_\_\_\_. Ваші прізвище й ім’я\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **1. На Вашому ґаджеті встановлено застосунок Радіо FM?**  1а) Так 1б) Ні 1в) Не цікавився, бо не маю потреби  **2. Ви слухаєте дротове радіо або на FM-приймачі?**  2а) Так 2б) Ні 2в) Важко відповісти  **3. Ви часто слухаєте радіопередачі?**  3а) Щодня 3б) У вихідні 3в) Дуже рідко 3г) Ніколи  **4. Які радіостанції Ви знаєте?**  4а (напишіть 3-6 назв) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  ­­­­­­­­\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **5. Яку музику Ви слухаєте найчастіше?**  5а) класичну 5б) ритмічну танцювальну музику  5в) композиції у стилі сучасний рок і/або попрок 5г) фолк і/або кантрі  5д) релігійну 5е) шансон 5ж) хіти у стилі поп  5з) іншу (напишіть, яку саме) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **6. Ви слухали програми, у яких розвінчуються фейки?**  6а) Так 6б) Ні 6в) Не пам’ятаю 6г) Не знаю, що таке фейки | **Клас \_\_\_\_\_\_\_. Ваші прізвище й ім’я\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **1. На Вашому ґаджеті встановлено застосунок Радіо FM?**  1а) Так 1б) Ні 1в) Не цікавився, бо не маю потреби  **2. Ви слухаєте дротове радіо або на приймачі?**  2а) Так 2б) Ні 2в) Важко відповісти  **3. Ви часто слухаєте FM-радіопередачі?**  3а) Щодня 3б) У вихідні 3в) Дуже рідко 3г) Ніколи  **4. Які радіостанції Ви знаєте?**  4а (напишіть 3-6 назв) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  ­­­­­­­­\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **5. Яку музику Ви слухаєте найчастіше?**  5а) класичну 5б) ритмічну танцювальну музику  5в) композиції у стилі сучасний рок і/або попрок 5г) фолк і/або кантрі  5д) релігійну 5е) шансон 5ж) хіти у стилі поп  5з) іншу (напишіть, яку саме) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **6. Ви слухали програми, у яких розвінчуються фейки?**  6а) Так 6б) Ні 6в) Не пам’ятаю 6г) Не знаю, що таке фейки |