

## ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ ТА СПОРТ

На перший погляд, ідея внесення медіаграмотності в заняття з фізкультури може видатися парадоксальною, особливо якщо використання медіа розглядається як змагання за затрачений час на фізичні вправи. Насправді допомога учням стати свідомішими щодо їхнього вибору вільного часу – так само як у випадку з заняттям «Медіащоденники» в розділі 7 – може сприяти досягненню мети як на заняттях із медіаграмотності, так і на заняттях із фізичного виховання та охорони здоров'я. Звісно, медіамеседжі впливають на наше сприйняття спорту та фізичних вправ, наш вибір спортивних героїв і рольових моделей та наші переконання щодо того, яка корисна для здоров'я діяльність. Хіба можна десь краще проаналізувати реалітішоу про втрату ваги або рекламу тренажерів, ніж на занятті з фізкультури?

### *Ідеї занять*

- Попросіть учнів рухатися під різні типи музики під час розминки або складання нормативів, задумуючись над тим, як стиль музики вплинув на їхню швидкість або успішність.
- Введіть у фізичне виховання популярні форми танцю (наприклад, сальс, свінг, хіп-хоп) та підходи до фізичних вправ (наприклад, аеробіка, зумба, пілатес), обговорюючи роль медіа в промоції або популяризації кожного з цих стилів.
- Дайте змогу учням проаналізувати рекламу тренажерів і програм із фітнесу, порівнюючи обіцяні результати з перевагами регулярних вправ без їх використання. Якщо можливо, знайдіть якісь із цих продуктів для тестування учнями (придбайте в секондхенді або попросіть у сім'ї, яка ними користується), щоб учні могли оцінити легкість використання та інші твердження реклами.
- Попросіть учнів дослідити та доповісти щодо способів, якими медіа впливають на шкільний і професійний спорт. Учні часто здивовані, коли дізнаються, що трансляція американського футболу на телебаченні, наприклад, містить обов'язкову кількість перерв на рекламу, і якщо гра затягується без перерви, судді оголошують тайм-аут, щоб показати рекламу. Учні можуть обговорити цю практику та її вплив на небажання телеканалів транслювати футбол, де недостатньо перерв для реклами. Учні також можуть скористатися ключовими питаннями для аналізу підтримки спортсменами певної продукції, продажу уніформ команд і продукції з їхніми логотипами, талісманом команди, та створення айдентики для фанатів.