

הצעה למערך שיעור בנושא תקשורת

כתבה: מירה שויקי

נושא השיעור: היסטוריה של מהפכות והתפתחות התקשורת.

שיעור 4

<u>פעילות</u>	<u>זמן</u>	<u>תוכן</u>	<u>עזרים</u>	<u>הערות</u>
פתיחת שיעור	5 דקות	בדיקת נוכחות		
פינת אקטואליה	15 דקות	אקטואליה מחיי היום יום- זוג תלמידים מציגים.		
בדיקת מטלה משיעור קודם	15 דקות	מראה תמונות שתלמידים שלחו לי- תלמידים מנסים להסביר איזה מסר הצלם ניסה להעביר, ואיזה מושגים באים לידי ביטוי משיעור שעבר (מבע קולנועי).	תמונות שתלמידים שלחו למייל שלי.	
פעילות לקראת מודל של כספי	25 דקות	איזה אמצעי תקשורת התלמידים מכירים? לאחר שעולים כל מיני מושגים, מחלקים את הכיתה לשני קבוצות. כל קבוצה מציאה או מפתחת אמצעי תקשורת. לאחר חשיבה מבוססת שמלווה עם דפי הנחייה שלי, (שאלות מנחות שיעזרו להם להגיע לכל השלבים של מודל כספי עוד לפני הלמידה על המודל). הקבוצה תציג את ההמצאה לחברי הקבוצה השנייה שתנסה לערער את ביטחונם. המטרה היא לשכנע את הקבוצה השנייה מדוע ההמצאה שלהם יותר טובה.	שאלות מנחות.	
הצגת מודל כספי.	20 דקות	הסבר וקישור לפעילות שנעשתה אודות מודל כספי <ul style="list-style-type: none">פריצה- החידוש הטכנולוגי, מיד עם המצאתו.התמסדות- האמצעי מתחיל לתפוס את מקומו בחברה ולמלא תפקידים ייחודיים לו.התגוננות- מאבק בין אמצעי חדש לקודמיו.הסתגלות- הגדרה מחדש ומציאת הדרך לדו קיום בשלום בין המדיה הישן לחדש. והכרת המודל השני- Merrill & Lowenstein <ul style="list-style-type: none">שלב אליטיסטישלב פופולרישלב התמחות		
חלוקת דף מושגים	5 דקות	מעבר על דף מושגים.		

			5 דקות	סיכום
--	--	--	--------	-------

דף מושגים- תקשורת- מודלים בתקשורת:

מודל של כספי:

כספי מציע מודל שמתאר את התפתחותם של אמצעי תקשורת ההמונים כגלגל היסטורי בן 4 שלבים:

1. פריצה- החידוש הטכנולוגי, מיד לאחר המצאתו, לפני שנכנס לשימוש המוני.
2. התמסדות- האמצעי מתחיל לתפוס את מקומו בחברה ולמלא תפקידים ייחודיים לו.
3. התגוננות- מאבק בין האמצעי החדש לקודמיו, שמנסים להתגונן ולשמור על כוחם.
4. הסתגלות- הגדרה מחדש ומציאת הדרך לדו קיום בשלום בין המדיה הישנים למדיום החדש.

מודל Merrill&Lowenstein:

מציג 3 שלבים בבחינת ההיסטוריה התרבותית של כל מדיה:

1. שלב אליטיסטי- תחילת השימוש באמצעי החדש (היקר והלא מוכר עדין) על ידי האליטה- העלי האמצעים והמשכילים.
2. השלב הפופולרי- בו האמצעי הופך להיות נחלתה של התרבות העממית- תרבות ההמונים.
3. שלב ההתמחות- האמצעי מתחיל לשרת את צרכיהן של קבוצות קטנות והומוגניות יותר, תוך שהוא מתאים עצמו לצרכיהן הייחודיים.

שאלות מנחות לכל קבוצה-

1. חשבו על אמצעי תקשורת קיים ותפתחו אותו כרצונכם או המציאו אמצעי תקשורת חדש.
המציאו לו שם ורשמו את מאפייניו.
2. מה יגרום לציבור הרחב להשתמש בו?
3. איזה תפקידים ייחודיים לאמצעי זה שאין לאחרים?
4. השוו אותו לאמצעי תקשורת קיימים אחרים.
5. מדוע הציבור ישתמש דווקא באמצעי התקשורת שלכם ולא באמצעי התקשורת הקיימים?

בהצלחה!!