

оповідання про якусь подію або суспільне явище, випадок із дотепним, часто несподіваним чи парадоксальним фіналом.

Використовуючи на уроках історії анекдот як приклад історичного джерела, варто пам'ятати, що головним предметом його змісту є не стільки конкретний історичний факт чи явище, скільки їх відображення в свідомості пересічних людей. Тобто анекдот є образом, що синтезує суспільні явища та процеси історичного періоду, за якого він виникає. Зокрема, в радянський період анекдоти на політичну тематику були своєрідним способом психологічного опору комуністичному режимові.

Політичний анекдот подає хоч і дещо викривлену, утім надзвичайно цінну інформацію про реакцію людей на події суспільного життя в країні. Він як вид усних історичних джерел фіксує інтерпретацію історичних подій та явищ пересічними громадянами, яка з певних причин не могла бути відображена в офіційних документах. Зокрема в політичних анекдотах увагу часто акцентують на гострих проблемах в житті суспільства, висміюють тогочасний режим, чиновників, партійних та державних діячів, ідеологічні засади, побутові умови людей в конкретний історичний період.

Залежно від дидактичної мети політичні анекдоти як історичне джерело можна використовувати на різних етапах уроку, адже завдяки своїй емоційно привабливій формі та інтелектуальній парадоксальності їх аналіз якнайкраще стимулюватиме пізнавальну діяльність учнів. До змісту політичного анекдоту можна поставити проблемне питання чи організувати практичну роботу учнів з дослідження анекдотів певного історичного періоду. Метою такого виду роботи може бути вивчення учнями життя пересічної людини, особливостей її культурних вподобань чи побутових умов, турбот і страхів. Також завданням учнів упродовж практичної роботи може стати дослідження того, як у суспільній свідомості відобразилися різні історичні події, явища та процеси.

Таким чином, цінність використання політичного анекдоту як історичного джерела на уроках історії полягає в тому, що він дає змогу учням зрозуміти спосіб мислення й ціннісні орієнтири людей певного історичного періоду. Політичні анекдоти також відображають ставлення людей до різних історичних подій та явищ, особистих якостей, зовнішності та результатів діяльності історичних осіб.

## **ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕКЛАМИ ЯК ІСТОРИЧНОГО ДЖЕРЕЛА НА УРОКАХ ІСТОРІЇ В ЛІЦЕЇ**

*І. В. Мороз, науковий співробітник*

У ході дослідження теми «Методичні засади компетентнісно орієнтованої історичної та громадянської освіти в ліцеї» було визначено особливості використання візуальних історичних джерел в навчанні учнів ліцею історії України та розроблено алгоритм їх аналізу.

До унікальних візуальних історичних джерел належить реклама. В чому її цінність як історичного джерела? Якщо брати економічний аспект розвитку

суспільства, то рекламу найчастіше співвідносять із виробництвом, торгівлею, транспортом, послугами, зайнятістю, в соціокультурному – насамперед з розвитком моди, різноманітними заходами, подорожами, релігійними та благодійними акціями, в політичному – з виборами, політичними партіями та їх лідерами, акціями протесту, маніфестаціями тощо. Вона також є складником масової культури й цінним джерелом інформації про повсякденне життя людей певного історичного періоду, їхні звички, потреби, модні тенденції.

У процесі аналізу реклами важливо привернути увагу учнів до того, що реклама є комбінованим джерелом, адже має своєрідні два шари: текст і власне саме зображення. Текст зазвичай містить інформацію про товар чи послугу, а основне зображення покликане спонукати споживача придбати товар чи скористатися послугою.

Аналізуючи рекламу, можна багато довідатися про суспільство та час, коли вона з'явилася, а саме: про галузі виробництва, упровадження певних виробничих технологій, моду, уподобання людей, торговельні зв'язки і навіть проблеми в стосунках між людьми. Наприклад, переліки пропонованих рекламою товарів дають учням змогу відтворити асортимент предметів ужитку (одяг, меблі, посуд), предметів розкоші, їжі, видів послуг, тенденцій моди тощо, а використовуючи ще статистичні дані, мемуарну літературу можна скласти уявлення і про рівень життя населення. Водночас реклама може бути джерелом для відтворення особливостей культурного життя в певному місці – наприклад, рекламні афіші про театральні вистави, виступи атлетів, артистів цирку тощо.

Важливо привернути увагу учнів і до того, що є реклама, яка за допомогою художніх засобів створює яскравий образ товару або містить текст з описом товарів і послуг, подає інформацію про власника, його координати тощо. Вона є також джерелом для вивчення соціальної психології, психологічних особливостей різних верств населення, а часом і загальної психологічної атмосфери епохи.

Таким чином, реклама є цінним історичним джерелом, адже вона містить інформацію про товари, смаки та запити споживачів і опосередковано – про економічний стан країни. Її використання в освітньому процесі вимагає особливого методичного підходу. Зокрема, використання реклами буде ефективнішим у поєднанні з іншими видами інформації, наприклад, статистичними матеріалами, мемуарною та художньою літературою тощо.

## **ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ МЕДІАОСВІТИ У ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ВЧИТЕЛІВ ІСТОРІЇ**

*С. О. Авхутська, кандидат пед. наук, доцент*

Особлива роль історії у сучасному суспільстві полягає в тому, що в процесі її вивчення відбувається формування основ світогляду особистості. Історія перестає бути наукою минулого та трансформується в науку досвіду і прогнозування. Серед основних напрямків подальшого розвитку історичного компоненту базової освіти стає медіакомпетентність. На уроках з історії та інших суспільних предметів у