

Цього тижня ти дізнаєшся:

- Чому автори дають своїм творам дивні заголовки?
- Чи легко відрізнити правдиву інформацію від неправдивої?
- Для чого існують різні шрифти?
- Чи означає «робити з мухи слова» те саме, що «робити з собаки корову»?
- Що таке хештег?

Читаймо

1.

Про що може йти мова в тексті, який називається «Чим корова не собака»? Розглянь ілюстрацію на с.89 у Хрестоматії. Чи стало зрозуміліше, про що йтиметься в тексті?



Як ти гадаєш, у творі з такою назвою та ілюстрацію описуватимуться реальні чи фантастичні події?

Текст з такою назвою – це буде художній, науково-популярний?

Прочитай оповідання Дмитра Кузьменка (Кузька Кузякіна) «Чим корова не собака», с.89-91.

За бажанням можеш прослухати це оповідання за посиланням:

https://www.youtube.com/watch?v=OOjtwV_jS0

Озвучує співак, фронтмен гурту «Друга ріка», Валерій Харчишин.

Дискутуймо

2.

Обговори з однокласниками або з кимось із рідних питання:

Чи справдилися твої очікування?

Для чого автор дав оповіданню такий дивний заголовок?

З яким настроєм ти читав/читала це оповідання?

Від чийого імені ведеться розповідь в оповіданні?

Що стало причиною того, що хлопчик став відомим художником?

Якою хлопчик намалював корову?

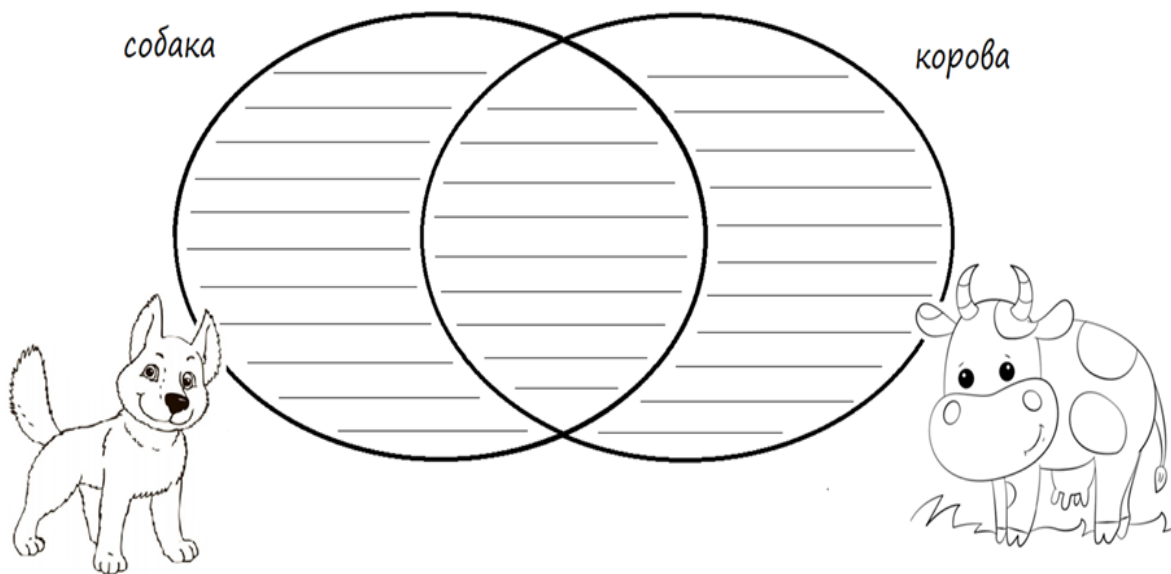
2

Досліджуймо

3.

Як ти гадаєш, чи є щось спільне між коровою і собакою? Заповни діаграму, записуючи в колах те, що їх відрізняє, а на перетинах кіл – об'єднує. Обери, з ким із однокласників ти хочеш порадитися щодо заповнення діаграми. Зроби фото своєї роботи та відправ по e-mail або Viber. Потім зателефонуй, щоб обговорити.

Діаграма Венна "Чим корова не собака"



Пишімо

4.

Чи траплялися з тобою такі випадки, коли ти ставав або ставала відомою завдяки якомусь дивному випадку? Чи доводилося тобі брати участь у якихось конкурсах?

Пригадай, що це був за конкурс, що потрібно було зробити за його умовами. За допомогою піктограм запиши (намалюй) свою правдиву історію. Також вигадай коротку історію, яка була б схожа на правдиву, але до дійсності не мала б ніякого відношення. За допомогою піктограм запиши (намалюй) свою неправдиву історію.

Зверни увагу: обидві історії мають бути короткими, щоб той, кому ти їх розповідатимеш, не втратив інтерес до слухання.

Правдива історія	Неправдива історія

Зателефонуй комусь із однокласників, розкажи обидві історії, послуговуючись піктограмами, та запропонуй відгадати, яка з них є неправдивою..

Досліджуймо

- 5.** Як ти гадаєш, описаний в оповіданні хлопчик, існував насправді? Поміркуй, про кого може писати автор? Прочитай додаткову інформацію про Кузька Кузякіна.

Кузько Кузякін (справжнє ім'я Дмитро Кузьменко) – автор, художник і педагог. Народився 1984 року в місті Житомирі. Малювати вчився у різних студіях і школах. Працював редактором дитячих журналів «Пізнайко», «Артек», «Професор Крейд». Книжки з ілюстраціями Дмитра Кузьменка побачили світ у видавництвах України, Польщі, Росії, Білорусі.

Поміркуй, чи можна стверджувати, що автор у оповіданні «Чим корова не собака» описував себе і свої таланти до малювання? Зателефонуй комусь із однокласників, поділись власною думкою і наведи аргументи на її захист. Вислухай аргументи однокласника або однокласниці.

Пишімо

- 6.** Обери дві будь-які тварини, визнач їхні найхарактерніші зовнішні ознаки, та намалюй неіснуючу тварину так, як це зробив персонаж оповідання «Чим корова не собака». Придумай і напиши, як називається тварина, де вона проживає, чим харчується, які у неї суперможливості, а також, яку користь вона робить для людини і природи.



Творімо

7. Уяви, що ти береш участь в онлайн-овому конкурсі малюнків. Тобі потрібно представити конкурсному журі свою картину. Спочатку проведи репетицію і розкажи про свою картину рідним, а тоді попроси їх допомогти тобі зробити відеозапис твоєї презентації.

Пишімо

8. Розглянь рекламну листівку.



Уяви, що ти організуєш конкурс, придумай умови та напиши оголошення на великому аркуші паперу.

Пам'ятай, що текст оголошення має бути коротким та зрозумілим. В оголошенні потрібно вказати тему конкурсу, чітко викласти умови, вказати дату початку і завершення конкурсу, а також написати, хто проводить конкурс.

Оголошення - це документ, у якому зазначаються певні факти (дата, місце, організатори події тощо). До документів також належать різні заві, інструкції. Документи – це ділові тексти.

Для того, щоб на твоє оголошення звернули увагу, використовуй цікаві шрифти. Орфограми перевіряй зручним для себе способом. Після завершення роботи запропонуй рідним прочитати твоє оголошення, за потреби відредагуй його. Обери, з ким із однокласників ти хочеш порадитися щодо написання оголошення. Зроби фото своєї роботи та відправ по e-mail або Viber. Потім зателефонуй, щоб обговорити.

Читаймо

9.

Чи одні і ті ж почуття викликає в тебе одне і те ж слово написане з різною насиченістю й іншим нахилом шрифту?

ВІТАЮ

ВІТАЮ

ВІТАЮ

Як ти думаєш, чому дизайнери (люди, які створюють ці зображення), використовують різні шрифти?

Щодня ми бачимо біл-борди на вулиці, написи назв магазинів та установ, на упакуванні їжі, рекламу, отримаємо флаєри, просто читаємо книжки. Чи помічала/помічав, що всі ці написи зроблені в різний спосіб, або ж різними шрифтами: десь більшими, десь меншими, десь жирнішими, десь точнішими, а десь літери ніби є частиною малюнку.

Шрифт – це своєрідний малюнок літер, всі літери шрифту схожі між собою і відмінні від інших шрифтів.

Сьогодні ми поговоримо про те, як шрифти різняться щодо жирності. Тому що саме на насиченість шрифту ми звертаємо найбільшу увагу. Отже шрифти бувають – світлий, напівжирний, жирний.

Подивіться, як по-різному можна написати слово Нобельфайк.

Нобельфайк

Нобельфайк

Нобельфайк

Чи відомо тобі слово Нобельфайк? Скоріше за все, ні. Це не термін, просто слово, яке шрифтовики і друкарі використовують для підбору шрифту. Слово нобельфайк містить найхарактерніші літери, за якими друкар може зрозуміти, підходить йому цей шрифт чи ні.

7

А тепер оглянь свою кімнату, речі. Знайди зразки світлого, напівжирного та жирного.

Який з цих трьох привертає найбільшу увагу?

Для чого б ти використав або використала кожен з цих типів насиченості?

Так, нормальна середня насиченість (зразок 2) ідеальна для читання, не викликає особливих емоцій, проте робить текст достатньо значимим. А от світлі та жирні накреслення, можуть передавати цілу гаму відчуттів. Так зразок 3 не можна не помітити. Жирні накреслення створені для привертання уваги до коротких написів. Яку б насиченість ти б обрав/обрала, щоб написати записку, яка має донести термінову інформацію?

Джерела: <https://rentafont.livejournal.com/7628.html>

Досліджуймо

10.

Перед тобою добре відомий тобі логотип мультиплікаційної студії Волта Діснея.

Як ти думаєш до чого художник хотів привернути твою увагу більше: до слів чи до зображення? Яким є шрифт? Зручним, зрозумілим, незрозумілим? Добре видимим?

Чому дизайнер використав різну насиченість шрифтів, що він хотів цим сказати?



Обери, з ким із однокласників ти хочеш порадитися щодо правильності своїх відповідей. Зателефонуй, щоб обговорити.

Досліджуймо

11. Прочитай слова. До поданих слів добери синоніми.

- Химерна – _____
- директор – _____
- пришпанделити – _____
- собака – _____
- перформанс – _____
- майструвати – _____
- з'ясувалося – _____

Чи легко було виконувати завдання? До яких слів синонім було дібрати важче?

Працюймо онлайн

12. Перевір, чи все тобі зрозуміло в оповіданні Кузька Кузякіна «Чим корова не собака». Перейди за посиланням та виконай завдання:

<https://drive.google.com/open?id=1NCYJt3oLVFjm-2OxF-Hhn1jpErfToGRzkJJaTn4W19w>

Досліджуймо

13. Чи знайомий тобі такий вислів «робити з мухи слона»? Як ти думаєш, чи те саме мається на увазі, коли використовують цей вислів, що і «робити з собаки корову»?

Яким одним словом можна замінити вислів «робити з мухи слона»? А чи можна цим словом замінити вислів «робити з собаки корову»?

Зверни увагу, що в мові є усталені сполучення слів. Їх називають **фразеологізмами**. Вони сприймаються як єдине ціле і вживаються носіями мови в усталеному оформленні, тобто в них не можна додавати або прибирати слова. У фразеологізмів, як і у окремих слів, є синоніми й антоніми.

9

Прочитай фразеологізми, познач кольором ті, які ти раніше чув/чула і знаєш, що вони означають. Дізнайся в дорослих, що означає решта фразеологізмів. Спробуй дібрати до них синоніми із довідки.

Тримати язика за зубами – _____
 хоч на купу складай – _____
 кинути погляд – _____
 нашорошити вуха – _____
 намотати на вус – _____
 робити з мухи слона – _____
 не чути землі під собою – _____
 накивати п'ятами – _____

Довідка: зарубати на носі, бути на сьомому небі, п'яте колесо до воза, ловити кожне слово, давати драла, як води у рот набрати, згущувати фарби, метнути оком.

Обери, з ким із однокласників ти хочеш порадитися щодо виконання завдання. Зроби фото своєї роботи та відправ по e-mail або Viber. Потім зателефонуй, щоб обговорити..

Дивімося

14.

8 травня Україна вшановує пам'ять загиблих у Другій світовій війні.

Переглянь відео до Дня пам'яті та примирення за посиланням:

<https://www.youtube.com/watch?v=SRvTBkМаа68>

Які слова тобі хотілося б сказати, якби ти брав/брала участь у зйомці цієї реклами?

Творімо

15.

Символом Дня пам'яті та примирення є квітка червоного маку – квітка скорботи за всіма жертвами війни. Саме цього дня проводиться Всеукраїнська акція «Мак пам'яті», на жаль, цього року через карантин до акції можна долучитися лише онлайн.

Для того, щоб долучитися до акції тобі потрібно виготовити квітку маку будь-яким способом (з паперу або з тканини) і розмістити його на одязі, якомога ближче до серця. Таким чином ти покажеш, що вшановуєш пам'ять усіх тих, хто загинув під час війни.

Прикріпи виготовлений мак на одязі, зроби фото. Спробуй написати пост для розміщення у соцмережі. Прочитай його рідним, за потреби відредагуй. Якщо є можливість, попроси у родичів розмістити твій пост у будь-якій соціальній мережі, додавши до тексту напис **#Мак_пам'яті** або відправ по e-mail або Viber учителю/вчительці, щоб зробити спільний зі всіма однокласниками фото-колаж.

#Мак_пам'яті – це хештег. Хештег або гештег (англ. hashtag, від hash — «символ ґратки») — слово або фраза, яким передує символ «#». Короткі повідомлення в мікроблогах соціальних мереж, таких як Twitter, Facebook та деякі інші можуть бути помічені хештегом, включаючи в себе як одне слово, так і більше об'єднаних слів (але без пробілів). Хештеги дають можливість групувати повідомлення, таким чином можна знайти хештег і отримати набір повідомлень, які його містять.

Пригадаймо

16.

1. Твори якого автора ти читав або читала цього тижня?
2. Як ілюстрація до твору співпрацює з заголовком?
3. Які ознаки є у неправдивої історії?
4. Яким шрифтам ти більше довіряєш?
5. Що таке фразеологізм?
6. Як групувати повідомлення в соціальних мережах?

«Медійна програма в Україні» фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID) і виконується міжнародною організацією Internews.



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ



Internews
Local voices. Global change.



Академія Української Преси

Виготовлення цього тижневого кейсу стало можливим завдяки підтримці американського народу, що була надана через проект USAID «Медійна програма в Україні», який виконується міжнародною організацією Internews. Зміст матеріалів є виключно відповідальністю авторської групи та необов'язково відображає точку зору USAID, уряду США та Internews»