

Świat reklamy

1. Cele lekcji

Cel ogólny: Dostarczenie informacji o reklamie.

a) Wiadomości

- Uczeń wie, co to jest reklama.
- Uczeń zna pozytywne i negatywne strony reklamy.

b) Umiejętności

- Uczeń potrafi omówić podstawowe techniki reklamy.

2. Metoda i forma pracy

Metoda pracy:

- Zdania niedokończone
- Burza mózgów
- Dyskusja

Forma pracy:

- Indywidualna
- Zbiorowa
- Grupowa

3. Środki dydaktyczne

Materiały plastyczne (arkusz szarego papieru, flamastry)

4. Przebieg lekcji

a) Faza przygotowawcza

Rundka wstępna: Uczniowie kolejno określają swoją gotowość do zajęć w skali od 1 do 10.

Zdania niedokończone: Uczniowie kolejno kończą zdanie wypowiedziane przez nauczyciela *Reklama jest po to, by...*

b) Faza realizacyjna

1. Burza mózgów – *Tworzymy własne definicje reklamy* (załącznik 1).

Nauczyciel dzieli uczniów na grupy cztero-pięciosobowe. Zadaniem każdej z grup jest stworzenie własnej definicji pojęcia *reklama*. Na wykonanie zadania grupy mają 10 minut. Po upływie czasu liderzy grup kolejno prezentują definicje na forum klasy. Nauczyciel na zakończenie podaje naukową definicję słowa *reklama*.

2. Dyskusja – *Reklamy w naszym życiu.*

Reklamy wywierają bardzo duży wpływ na nas, szczególnie jeśli dotyczą leków i używek. Specjaliści tworzący reklamę posługują się kilkoma podstawowymi technikami. (Techniki nauczyciel wypisuje na arkuszu szarego papieru).

Podstawowe techniki reklamy:

- Chwytlive rzeczy – używanie popularnych bądź sugestywnych nazw produktów, np. *Zawsze Coca-Cola*.
- Piosenki i slogany – używanie piosenki lub hasła czy sloganu wymyślonych po to, by ludzie łączyli je z reklamowanym wyrobem i pamiętali o nim, np. piosenka *Zawsze Coca-Cola*.
- Instynkt stada – technika sprawiająca, że czujesz, iż powinieneś używać tego produktu, ponieważ wszyscy go używają.
- Poświadczenie – znane osoby, autorytety, aktorzy, czy „zwykli” ludzie są używani, aby zaświadczyć o dobrej jakości produktu.
- Plansze – używanie wniosków statystycznych lub wykresów interpretowanych w sposób, który faworyzuje dany produkt.
- Skojarzenia – technika sprawiająca, że używanie reklamowego produktu kojarzy ci się z czymś innym, np. odpoczynkiem, przygodą.

Propozycje wywołujących dyskusję pytań do uczniów:

- Gdzie najczęściej spotykamy reklamy?
- Jakie produkty są najczęściej reklamowane?
- Jakie techniki, waszym zdaniem, używane są najczęściej w reklamach?
- Do kogo adresowane są reklamy?
- Czy waszym zdaniem reklamy są uczciwe?
- Czy waszym zdaniem powinno zakazać się reklam używek takich jak alkohol i papierosy?
- Czy powinny być one reklamowane bez ograniczeń?
- Czy ulegacie reklamom?
- Jakie reklamowane produkty kupuje wasza rodzina?
- Czy reklamy mogą nas oszukiwać?
- Co myślicie oglądając reklamy?

3. Zabawa – *Reklama.*

Uczniowie dobierają się w pary. W parach wymyślają swój własny produkt i przygotowują jego reklamę, używając jednej lub kilku technik. Reklama ta musi mieć formę scenki. Gdy pary odgrywają scenki, klasa odgaduje, jakie techniki zastosowano w reklamie. Zabawa kończy się, gdy wszystkie pary zareklamują swój produkt.

c) Faza podsumowująca

Zdania niedokończone: Uczniowie kolejno kończą zdanie wypowiedziane przez nauczyciela:

Złą stroną reklamy jest to, że....

Dobłą stroną reklamy jest to, że....

5. Bibliografia

1. *Mały Słownik Języka Polskiego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994.
2. *Encyklopedia Popularna PWN*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999.

6. Załączniki

a) Materiały dla nauczyciela do wykorzystania w burzy mózgów

Załącznik 1

Według *Małego Słownika Języka Polskiego*:

Reklama – rozpowszechnienie informacji o danym towarze w celu zwrócenia na niego uwagi i zachęcenia do zakupu; środki służące do tego celu (np. plakaty, napisy, ogłoszenia w prasie i telewizji)

Według *Encyklopedii Popularnej PWN*:

Reklama – czynności i środki (plakaty, napisy, ogłoszenia itp.) stosowane dla zwrócenia uwagi na dany towar, daną placówkę handlową – w celu zachęcenia do zakupu.

7. Czas trwania lekcji

2 x 45 minut

8. Uwagi do scenariusza

Scenariusz lekcji godziny wychowawczej jest przeznaczony dla klas drugiej gimnazjum.