

Reklamy w Internecie

scenariusz lekcji dla uczniów szkół podstawowych klas 1-3



Przegląd

Poniższy scenariusz stworzony został z myślą o uczniach klas 1-3 szkół podstawowych.

Agenda

- Sprawy organizacyjne (3 min.)
- Cel lekcji dla uczniów (2 min.)
- Burza mózgów (10 minut)
- Ćwiczenie „Najlepsza reklama“ (20 min.)
- Film (7 min.)
- Podsumowanie (3 min.)

Cele

- Rozwój nawyku krytycznego uczestnictwa uczniów w świecie mediów oraz zbudowanie w dzieciach świadomości zagrożeń związanych z zastosowaniem manipulacji w reklamach.
- Uczniowie zdobywają wiedzę na temat podstawowych praw, jakimi rządzi się reklama, a także potrafią odróżnić komunikaty, które zostały stworzone, aby przekazać im pewną wiedzę i informacje, od tych, które są popularyzacją produktów czy usług.

Przygotowanie

Efekty burzy mózgów będą zapisywane w postaci mapy myśli w wersji cyfrowej – zobacz jak może wyglądać („Materiały do przeprowadzenia lekcji”).

W scenariuszu przewidziane jest pokazanie uczniom krótkiego filmiku w ramach podsumowania.

Przebieg lekcji

Sprawy organizacyjne (3 min.)

Sprawdzenie obecności.

Inne sprawy organizacyjne.

Cel lekcji dla uczniów (2 min.)

Rozpocznij od krótkiego wprowadzenia i przedstawienia uczniom celu lekcji. Powiedz uczniom, że dzisiaj będziecie rozmawiać o reklamach. Przedstaw im krótko cel lekcji.

Burza mózgów (10 min.)

Zapytaj uczniów gdzie na co dzień spotykają reklamy. Daj im ok. 5 min na przedstawienie pomysłów.

Mapa myśli

Odpowiedzi umieszczaj na mapie myśli. Warto w prosty sposób stworzyć mapę cyfrową (przykładową znajdziesz w części „Materiały do przeprowadzenia lekcji”). Stworzoną mapę możesz udostępnić w formie dokumentu lub grafiki, aby przypominała uczniom ten ważny temat.

Na koniec pokaż zdjęcia reklam, które są umieszczane w najróżniejszych miejscach (przykładowe zdjęcia znajdziesz w części: „Materiały do przeprowadzenia lekcji “).

Ćwiczenie „Najlepsza reklama“ (20 min.)

Podziel uczniów na pary i przypisz do każdej pary dowolną rzecz, która znajduje się w pokoju (np. kwiatek doniczkowy, krzesło, szalik, zabawkę).

Następnie przedstaw uczniom zadanie do wykonania, którym jest **opisanie tej rzeczy, opowiedzenie co to jest**. Uczniowie mogą skorzystać z zareklamowania jej przy użyciu hasła reklamowego, znajdującego w wcześniej przygotowanym i wyświetlonym na online tablicy dokumencie przykładowych haseł reklamowych (znajdziesz go w części: „Materiały do przeprowadzenia lekcji “).

Zaproś pierwszą parę do przedstawienia wybranej rzeczy na dwa sposoby (od strony informacyjnej i reklamowej). Przeznacz na to ok. 2-3 min.

Aby zaktywizować osoby oglądające prezentacje, poproś je by spróbowały wyłapać charakterystyczne dla reklamy zwroty w wypowiedziach swoich kolegów i koleżanek

(przykłady: „tylko teraz”, „najmodniejszy produkt”, „jedyne taki..”, „dziś najtaniej”, „najlepsza okazja” itp..). Na koniec poproś o ich wymienienie.

Następnie poproś kolejne pary o zaprezentowanie wybranej rzeczy w podobny sposób, od strony informacyjnej i reklamowej.

Podsumuj całość ćwiczenia zwracając uwagę na to, czy uczniowie:

- pokazali w swoich scenkach różnice między reklamą a przekazem informacji,
- udowodnili, że rozumieją jakie chwytów stosowane są w reklamach i jaki jest ich cel

Dzięki temu ćwiczeniu będą bardziej uważnymi i świadomymi odbiorcami reklam.

Film (7 min.)

W ramach podsumowania ćwiczenia, włącz film o problemach Agatki z zakupami i reklamami (możesz wyłączyć go zanim zostanie dokonane podsumowania i podsumować z dziećmi, a na koniec włączyć podsumowanie z filmu).

Link do filmu: <https://youtu.be/OEhXKUxqBPU>

Po zobaczeniu filmu zapytaj uczniów, co doradziliby Agatce? Czy powinna wierzyć we wszystko co pokazują spoty reklamowe? Czy powinna kupować szybko to, co spodoba jej się w spocie? Daj uczniom ok. 3 min. na swobodną dyskusję.

Punkty, na które szczególnie powinieneś zwrócić uwagę podczas omówienia filmu znajdziesz w części „Materiały do przeprowadzenia lekcji”.

Podsumowanie (3 min.)

Warto uświadomić uczniów, że **celem reklamy jest przekonanie Was lub Waszych rodziców, że coś jest świetne, że koniecznie trzeba to kupić. Nie musicie w to wierzyć. Zawsze dobrze się zastanówcie - co Wy byście chcieli i na czym Wam zależy, lub czy dana rzecz jest Wam niezbędna. A najlepiej po obejrzeniu reklamy poczekać jeden dzień i dopiero następnego dnia pomyśleć, czy na pewno tego chcecie.**

Materiały do przeprowadzenia lekcji

Przykładowa mapa myśli pokazująca różne rodzaje reklam



Zdjęcia reklam do prezentacji podsumowującej burzę mózgów

Przy każdym zdjęciu możesz zadać uczniom pytanie. Sugestie pytań znajdują się przy poniższych zdjęciach:

Reklama internetowa

Linki do przykładowych reklam internetowych znajdziesz w serwisach np. <https://www.onet.pl/> , <https://www.wp.pl/>

Poproś uczniów, aby przeglądając stronę główną serwisu wskazali jak najwięcej reklam.

Reklama telewizyjna/ filmowa



Reklama produktów w filmach, programach, teledyskach



Pytanie do uczniów - jaki produkt jest reklamowane w tym filmie?

Billboard uliczny



Reklama prasowa



pytanie do ucznia - jaki to rodzaj reklam? co sądzą o tym typie reklam?

Przykładowe hasła reklamowe do ćwiczenia „Najlepsza reklama”

Wydrukuj i wytnij poniższe hasła reklamowe.

Każda para powinna wykorzystać jedno hasło.

TYLKO TERAZ
JEDYNY TAKI NA RYNKU
PROMOCJA TRWA DO...
ZOSTAŁO JUŻ TYLKO 10 SZTUK
DZIŚ NAJTANIEJ
CHCESZ ODKRYĆ RADOŚĆ? KUP TO!
CHCESZ BYĆ NOWOCZESNY?
OKAZYJNA CENA
POCZUJESZ SIĘ WYJĄTKOWO
DZIĘKI TEMU BĘDZIESZ SZCZĘŚLIWY

Punkty, na które warto zwrócić uwagę podczas omawiania filmu, podsumowującego lekcję:

- warto rozróżniać komunikaty informacyjne od perswazyjnych – reklamowych;
- warto pamiętać, że celem promowania jest przekonanie nas do zakupu danego produktu - nie można zatem przyjmować takiego działania bezkrytycznie;
- warto być czujnym i pamiętać, że wokół nas jest dużo reklam. Oprócz tych w Internecie, możemy wyróżnić spoty: uliczne, prasowe, radiowe, internetowe, telewizyjne itp.