

Активная работа «Золотое яблоко»

Тема: Влияние средств массовой информации

Подтема: Влияние медиа, рекламные стратегии, противостояние влиянию рекламы

Результаты обучения. Ученик:

- анализирует факторы, которые могут повлиять на решения, касающиеся здоровья*;
- различает рекламные стратегии и приводит примеры приемов, которые применяются, чтобы влиять на решения потребителей;
- приводит примеры рекламных стратегий, которые применяются в рекламе алкоголя.

Проблематика урока. Мы все подвергаемся влиянию потреблять все больше и больше товаров и услуг. Для управления поведением потребителя используются различные виды рекламы – коммерческая, склоняющая нас покупать, и социальная, которая поощряет определенные идеи и поведение и направлена на благо общества. Понимание различных рекламных стратегий и приемов воздействия повышает уровень осведомленности учеников, их способность самостоятельно принимать решения и, тем самым, способность сопротивляться возможному давлению, в том числе и давлению рекламы алкоголя, призывающей употреблять психоактивные вещества.

Необходимые материалы. Рекламные объявления, основанные на различных рекламных стратегиях (из журналов, газет, интернета), реклама алкоголя, рабочие листы, дополнительный материал для учителя.

Введение. Для начала покажите ученикам видеоклип о продакт-плейсменте (см. дополнительный материал для учителя). Попросите учеников назвать, какие товары были узнаваемо представлены в фильме (BMW, Ericsson, AVIS, Atlantic).

Основная деятельность

1. Объясните, что в средствах массовой информации кроме прямой рекламы присутствует очень много скрытой рекламы, которая называется продакт-плейсментом (размещение продукта, product placement). Даже если человек сознательно не смотрит рекламу, скрытая реклама все-таки его достигает. Сегодня продакт-плейсмент имеет место почти во всех телепередачах, фильмах, музыкальных клипах и в других местах. Попросите учеников привести примеры из телепередач, где они видели скрытую рекламу.
2. Спросите учеников, есть ли еще какая-нибудь причина, по которой в СМИ делается скрытая реклама товаров? Что это за товары? Некоторые товары рекламировать запрещено или действуют ограничения рекламы по времени и месту (например, табак и алкоголь). Помимо скрытой рекламы, есть возможность показывать логотипы продуктов, запрещенные законом о рекламе, и размещать их в публичных местах через спонсорство.
3. Если Вы хотите остановиться на вопросе продакт-плейсmenta более подробно и посвятить данной активной работе несколько часов, то можете показать еще один видеоклип, где собрано много отрывков из разных фильмов (см. дополнительный

материал для учителя): <https://www.youtube.com/watch?v=wACBAu9coUU>. Чтобы сэкономить время, не обязательно показывать ученикам целый видеоклип (можете попросить учителя английского языка показать и проанализировать клип на уроке английского языка).

4. Раздайте ученикам рабочие листы «Рекламные стратегии: умей различать» для работы индивидуально, в паре или в группе. После их заполнения совместно обсудите приведенные примеры. Спросите учеников, какие приемы воздействия кажутся им более эффективными, а какие менее эффективными.
5. Раздайте ученикам рабочие листы «Анализ рекламы» и рекламу алкоголя (или попросите найти последнюю в принесенных с собой журналах или газетах).
6. После заполнения листов совместно обсудите следующие вопросы.
 - a. Какую основную мысль несла проанализированная реклама (например, этот продукт – напиток для настоящих мужчин, приглашает праздновать, налаживает отношения и т. д.)?
 - b. На какую целевую группу она была направлена (мужчины, женщины, молодые, влюбленные, богатые, студенты и т. д.)?
 - c. Какие стратегии были использованы в этой рекламе (удовольствие, сексуальность, наслаждение, юмор и т. д.)?
 - d. Какие обещания давала эта реклама? Как следует относиться к этим обещаниям? Насколько реалистичны и честны эти обещания (хорошего настроения, радости, счастья, новых отношений и т. д.)?
 - e. Какова цель этой рекламы (вызвать интерес, продать товар, изменить установку)?
7. Объясните, что реклама алкоголя вводит в заблуждение, так как ее создатели стремятся создать впечатление, что алкоголь – это продукт с очень позитивным воздействием, и оставляют неупомянутыми очень серьезные риски. Потребление алкогольной продукции не делает никого более мужественным, женственным, успешным, взрослым, а также не превращает человека в кого-то иного, не в того, кто он есть на самом деле. Подчеркните, что в сфере производства алкоголя очень большие суммы денег предусматриваются для реализации маркетинговых стратегий. Это также является причиной того, что именно реклама алкоголя очень привлекательна, хорошо продумана и поэтому хорошо работает. Реклама алкоголя помогает создавать впечатление, что потребление алкоголя является нормой в обществе и естественным образом вплетается во многие виды деятельности (праздники, снятие напряжения, налаживание хорошего контакта с другими людьми и т. д.). Предназначением этой рекламы является воздействие на потребителя с целью продажи товара, а также влияние на установки таким образом, чтобы заставить человека жаждать того, чего он раньше не жаждал. Кроме того, у молодежи может сложиться впечатление, что, не потребляя алкоголь, они пропускают что-то важное в своей жизни
8. Покажите студентам три социальные рекламы (см. дополнительный материал для учителя) и обсудите, что может быть целью этой рекламы.
9. Сформируйте группы и дайте домашнее задание разработать социальную рекламу с целью снизить потребление алкоголя среди молодежи. Реклама может быть представлена в виде фильма или мультфильма, радиорекламы или плаката – согласно возможностям школы. На следующем уроке организуйте конкурс

«Золотое яблоко» – выберите путем голосования лучшую рекламу. Вся остальная реклама может получить второе место.

Основная идея. Подчеркните, что целью большей части рекламы является оказание воздействия на потребителя с целью продажи товара или влияния на установки. Для этого используются различные приемы, учитывающие потребности целевой группы. В рекламе алкоголя, в первую очередь, делается акцент на развлечения, удовольствие, чувственную красоту, сексуальное удовлетворение, чувство единства, человеческую слабость или юмор. Поэтому транслируемую по телевизору рекламу алкоголя следует рассматривать как развлечение и не позволять ей склонять себя к потреблению рекламируемых продуктов. Понимание сущности рекламы и знание различных приемов воздействия позволяет не поддаваться ее влиянию

Возможности интеграции. Работа предлагает возможности интеграции с иностранным языком (иноязычная реклама), искусством (изготовление рекламы), русским и эстонским языком (тема «Медиа»).



Использованная литература

1. Botvin, GJ. Lifeskills training. Promoting Health and Personal Development. Student Guide 2.
2. Lilleorg, K. Varjatud turundus ehk kuidas turundada läbi lillede. <http://www.multimeedium.ee/blogi/2012/06/varjatud-turundus-ehk-kuidas-turundada-labi-lillede-vol-1/>, (посещение 14.08.2014)
3. Ugur, K 2004. Meediaõpetus põhikoolis. Tugimaterjale õpetajale. Tartu Ülikooli Kirjastus.

Рабочий лист

Рекламные стратегии: умей различать! Приведи пример каждой из рекламных стратегий.

Рекламная стратегия	Как это работает?	Пример
Демонстрация	В рекламе показывается, как действует этот продукт (например, стиральный порошок).	С белого белья быстро исчезают пятна грязи.
Сравнение	Сравниваются два продукта, причем один из них существенно лучше другого (например, шампунь).	
Мнение эксперта	Эксперт, т. е. знаток в какой-то области, рекомендует употреблять продукт (например, зубной врач).	
Рекомендация известного человека	Известный или высокопоставленный человек говорит, как хорош этот продукт или как он сам его использует.	
Преувеличение	Рекламируемый продукт наилучший, самый выгодный, самый качественный; используются слова «супер», «революционный», «небывалый» и т. п.	
«Все так делают»	Создается впечатление, что этим продуктом пользуются все.	
Научное подтверждение	Предлагаются цифры и «подтверждения» из исследований.	
Подчеркивание сексуальности	Применение продукта сделает человека сексуально привлекательным.	
Запугивание	Отсутствие продукта может привести к проблемам: оставят друзья или партнер, отвергнут сверстники и т. п.	
Удовольствие и отдых	Покупателя пытаются убедить, что потребление продукта внесет в жизнь больше радости, удовольствия и расслабления.	
Популярность	Употребление продукта добавит популярности.	
Правильная сделка	Приобретение этого продукта или услуги именно сейчас является хорошей сделкой.	
Лесть	Создается впечатление, что потребители других продуктов якобы глупы и отстали от жизни, а рекламируемый продукт покупают себе модные и образованные люди.	
Юмор	Люди запоминают ту рекламу, которая их рассмешила.	

Рабочий лист

Анализ рекламы. Проанализируй одну рекламу алкоголя. Напиши ответы на вопросы.

Какой товар/продукт рекламируется?

Краткое описание рекламы:

Кто является целевой группой рекламы?

Каков прямой посыл рекламы?

Какая рекламная стратегия применяется для воздействия на потребителя?