Активная работа «Купи! Купи!»

Тема: Влияние средств массовой
Подтема: Сущность рекламы

Результаты обучения. Ученик:

- знает, в чем заключается цель рекламы и различает различные рекламные стратегии.

Необходимые материалы. Рабочие листы, коммерческая реклама, желательно адресованная молодежи, в т. ч. реклама алкоголя (из газет или журналов); клипы с социальной рекламой (из интернета); дополнительный материал для учителя.

Проблематика урока. Из медиа-каналов учащиеся нередко получают способствующие употреблению алкоголя и табака посылы. Например, герои фильмов нередко курят, в рекламе алкоголя мы видим веселых и интересных персонажей, употребляющих спиртные напитки. Понимание сущности СМИ, в том числе транслируемой в них рекламы, повышает способность учеников распознавать давление и при необходимости противостоять ему.

Введение. Покажите на световой доске слайд из материала для учителя с логотипами различных брендов. Попросите учеников самостоятельно написать на бумаге, что это за бренды и чем занимаются эти предприятия. Попросите учеников назвать, какие бренды, предприятия и их области деятельности они знают еще.

Основная деятельность

1. Спросите учеников, есть ли у них продукция показанных брендов и употребляли ли они ее. Откуда они получили информацию о тех продуктах, которые они сами не употребляли? В ходе обсуждения обратите внимание на то, что очень много информации о продуктах мы получаем из рекламы.
2. Раздайте ученикам рабочие листы и несколько образцов коммерческой рекламы на бумажном носителе. Попросите на основе этой рекламы заполнить рабочие листы – в паре или в группе. Сделайте один образец вместе. Попросите учеников представить свои ответы и совместно обсудите их. Разъясните, что цель всей этой рекламы заключается в том, чтобы продать продукт.
3. После этого ознакомьте учеников с основными стратегиями рекламы (см. дополнительный материал для учителя): мнение суперперсонажей (например, героев мультфильмов) или знаменитостей, научное подтверждение, демонстрации, веселье/удовольствие/отпуск, популярность, правильная сделка. Отдельно можно привести используемые в рекламе приемы, которые направлены специально на детей: выдача бесплатной игры, вплетение основной идеи в канву известной детям песни и т. п..
4. Покажите ученикам клипы с различной рекламой (см. дополнительный материал для учителя, вторую колонку того же слайда) и предоставьте ученикам возможность угадать, какие приемы используются в этой рекламе. На слайде приведены примеры всех перечисленных рекламных приемов.
5. Вновь рассмотрите рекламу, проанализированную учениками в ходе групповой

работы, и обсудите, какие приемы в ней использованы. Обратите внимание учеников на то, что в рекламе спиртных напитков алкоголь часто представляют как нечто очень замечательное и вносящее в человеческую жизнь радость, не упоминая при этом о связанных с алкоголем рисках и несчастных случаях.

6. Спросите учеников, может ли реклама иметь еще какую-либо цель кроме продажи продукта и получения прибыли. Разъясните, что социальная реклама ставит целью поощрение таких идей и поведения, которые приносят пользу обществу, например, содействуют укреплению здоровья населения. Покажите два–три клипа социальной рекламы (см. материал для учителя).
7. В качестве домашнего проекта выберите один продукт, который все начнут рекламировать. Пусть пары, тройки или группы учеников разыграют между собой по жребию стратегии, которые они будут использовать для рекламы. Изготовьте в пределах возможностей учеников и своей школы рекламы с различным способом отображения – на бумаге, аудио-презентация (радиореклама) или видеоклипы. На следующем уроке попросите учеников представить свои проекты. Хорошей интернет-средой для совместного изготовления постеров, в ходе которого ученики могут пользоваться компьютерами, находящимися в разных местах, является www.padlet.com.

Основная идея. Подчеркните, что основная цель коммерческой рекламы заключается в том, чтобы продать продукт. Для этого применяются различные стратегии и методы воздействия. Если мы будем знать, в чем состоит цель рекламы и как она действует, то сможем понять, что на нас хотят повлиять, и сможем выбрать, хотим ли мы позволить, чтобы на нас влияли, или нет.

Возможности интеграции. Данная работа включает в себя возможности интеграции с эстонским и русским языком (медиа), искусством (оформление рекламы) и английским языком (рекламный клип о размещении продукта).

Использованная литература

1. Federal Trade Commission. Lessons Plans (посещение 08.03.2014) http://www.admongo.gov/_pdf/curriculum/FTC-Lesson-Plans-Student-Worksheets.pdf.

Рабочий лист

Задание 1. Заполни таблицу.

	Продукт или услуга какой фирмы или организации здесь рекламируется?	Какой продукт или какую услугу рекомендует купить эта реклама?	Что обещает реклама в отношении продукта или услуги?
1.			
2.			
3.			

2. Ответь на вопросы.

В чем эти рекламы похожи друг на друга?

.....

Чем отличаются эти рекламы?

.....

Согласен ли ты с автором рекламы продукта или услуги? Правда ли то, что он говорит? Обоснуй ответ.

.....

3. Домашнее задание.
Сделайте одну рекламу самостоятельно. Примеры используемых в рекламе приемов.

- Мнение суперперсонажа (например, героя мультфильма) или знаменитости – какой-либо интересный или важный деятель рекомендует или употребляет этот продукт.
- Научное подтверждение – утверждается, что действие продукта или услуги научно обосновано.
- Презентации – показывается, как действует этот продукт.
- Веселье, удовольствие, отпуск – употребление продукта обеспечивает веселье, замечательное времяпрепровождение, приятный отдых.
- Популярность – употребление продукта придаст популярности и поможет обрести новых друзей.
- Правильная сделка – если купишь сейчас, то получишь скидку в цене или дополнительный бесплатный подарок.