

## Активная работа «Сладости в рекламе»

**Тема:** Влияние средств массовой информации

**Подтема:** Цель и достоверность рекламы

**Результаты обучения.** Ученик:

- способен объяснить, как реклама может повлиять на поведение и решения человека\*;
- способен объяснить, в чем состоит цель рекламы;
- понимает, что представленное в рекламе не всегда соответствует истине.

**Необходимые материалы.** Рабочие листы, дополнительный материал для учителя.

**Проблематика урока.** Реклама очень сильно влияет на поведение и выбор человека, особенно молодого. В повседневном информационном поле встречается реклама, которая изображает вредные для здоровья привычки и деятельность безопасными и приятными. Поэтому детям уже с раннего возраста необходимо объяснять цели и методы рекламы, чтобы научить их анализировать реальные качества рекламируемого продукта или услуги и их фактическое влияние на человека.

**Введение.** Попросите учеников выглянуть из окна класса и спросите, видят ли они какую-нибудь рекламу. Если видят, то спросите:

- что рекламируется?
- зачем там размещена эта реклама?

Если из окна не видно никакой рекламы, то спросите, где ученики видели рекламу. Затем попросите назвать рекламу, которую они хорошо запомнили. Обсудите, для чего делают рекламу. Обсудите также, кто заказывает рекламу и кто хочет, чтобы она бросалась в глаза.

### Основная деятельность

1. Покажите ученикам одну телевизионную рекламу сладостей (см. дополнительный материал для учителя).
2. После просмотра клипа попросите учеников ответить на следующие вопросы и написать ответы на доске.
  - Что рекламируется?
  - Какая фирма заказала эту рекламу? Зачем? (В качестве ответа не требуется говорить название фирмы, достаточно лишь указать, что заказчиком является та фирма, которая производит или продает эти сладости.)
  - Какие мысли у тебя возникли, когда ты смотрел эту рекламу? Появился ли аппетит?
  - Как влияет реклама на человеческое поведение?
  - Какие еще конфеты ты знаешь?
  - Сколько сладостей ребенок может съедать каждый день?
  - Что происходит, когда едят слишком много сладкого?

3. Попросите учеников заполнить таблицу, а затем попросите каждого продемонстрировать свою работу другим ученикам вместе с разъяснениями.

**Основная идея.** Основная цель рекламы заключается в том, чтобы продать продукт. Если мы будем знать, в чем заключается цель рекламы, то будем понимать, что на нас хотят повлиять, чтобы мы купили продукт. Важно понимать, что реклама не сообщает всей правды о продукте, и для того, чтобы сделать выбор, нужно самостоятельно проанализировать преимущества и недостатки этого решения.

**Возможности интеграции.** Работа включает в себе возможности интеграции с русским и эстонским языком, искусством (придумывание рекламных фраз для полезной для здоровья деятельности, изготовление рекламы) и природоведением (питание).



#### Рекомендуемая литература

1. Bachmann, T 2009. Reklaamipsühholoogia. Ilo AS.
2. Kull, M, Saat, H, Kiive, E, Kuusk, E, Kõiv, K 2002. Sotsiaalsete toimetulekuoskuste õpetus. Õpetajaraamat 1. –3. klassile. Tallinn, Avita.

## Рабочий лист

**Закончи предложения и ответь на вопросы.**

Моя любимая сладость – это .....

Если я съем слишком много сладостей, то .....

.....

**Сформулируй правило употребления сладостей!**

.....

.....

**Кому будет польза, если я буду есть много сладостей?**

.....

.....

**Что можно есть вместо сладостей? Нарисуй!**

