

Aktiivtöö. Maiustused reklaamides

Teema: meedia mõju.

Alateema: reklaami eesmärk ja usaldusväärsus.

Õpitulemused. Õpilane:

- selgitab, kuidas reklaamid võivad mõjutada inimeste käitumist ja otsuseid*;
- selgitab, mis on reklaami eesmärk;
- mõistab, et reklaamis esitatu ei pruugi vastata tõele.

Vajalikud materjalid. Töölehed, õpetaja lisamaterjal.

Taust. Reklaamid mõjutavad inimese, eriti noore inimese käitumist ja valikuid väga jõuliselt. Igapäevases teabeväljas esitatakse reklaame, mis näitavad tervist kahjustavaid tegevusi ja harjumusi ohutute ning meeldivatena. Seetõttu on lastele juba varases eas vaja selgitada reklaamide eesmärke ja meetodeid, et õpetada neid analüüsima reklaamitava toote või tegevuse tegelikke omadusi ja mõju inimesele.

Teema sissejuhatus. Paluge õpilastel klassi aknast välja vaadata ja küsige, kas nad märkavad mõnda reklaami. Kui nad mõnda näevad, siis küsige:

- mida reklaamitakse?
- miks see reklaam on sinna pandud?

Kui aknast ühtegi reklaami ei paista, siis küsige, kus õpilased reklaame näinud on. Seejärel paluge nimetada, millised reklaamid on hästi meelde jäänud. Arutage, miks reklaame tehakse. Arutage ka, kes reklaame tellivad ja tahavad, et neid esitatakse.

Põhitegevused

1. Näidake õpilastele üht maiustuse telereklaami (vt õpetaja lisamaterjal).
2. Pärast klipi vaatamist küsige õpilastelt järgmisi küsimusi ning kirjutage vastused tahvlile.
 - Mida reklaamitakse?
 - Milline firma on selle reklaami tellinud? Miks? (Vastusena ei pea nimetama firma nime, vaid piisab tedmisest, et tellija on see firma, kes neid maiustusi teeb või müüb.)
 - Mis mõtted sul tekkisid, kui sa seda reklaami vaatasid? Kas tekkis isu?
 - Kuidas reklaam mõjutab inimese käitumist?
 - Milliseid maiustusi sa veel tead?
 - Kui palju võiks laps iga päev maiustusi süüa?
 - Mis juhtub, kui liiga palju maiustusi süüa?
3. Paluge õpilastel täita tööleht ning seejärel igaühel teistele oma tööd koos selgitusega demonstreerida.

Kokkuvõte ja põhisõnum. Reklaamide peamiseks eesmärgiks on toodet müüa. Kui me teame, mis on reklaamide eesmärk, siis mõistame, et meid tahetakse mõjutada ja suunata toodet ostma. Oluline on mõista, et reklaamid ei edasta toote kohta kogu tõde ja oma valikute tegemisel tuleb ise analüüsida otsuse häid ja halbu külgi.

Lõiminguvõimalused. Töö pakub võimalusi lõiminguks eesti keele ja kunstiõpetuse (tervisele kasulike tegevuste jaoks reklaamlausete väljamõtlemine ja reklaamide meisterdamine) ning loodusõpetusega (toitumine).



Soovitatav kirjandus

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.

Tööleht

Lõpeta laused ja vasta küsimusele.

Minu lemmikmaiustus on

Kui söön liiga palju maiustusi, siis

.....

Sõnasta maiustuste söömise reegel!

.....

.....

Kellele on see kasulik, kui ma söön palju maiustusi?

.....

Mida võiksid süüa maiustuste asemel? Joonista!

