



JAK CZYTAĆ REKLAMY?

KLUCZOWE PYTANIE

Jak czytać przekazy reklamowe?

CZAS

30 min

MATERIAŁY

przykłady reklam wycięte z prasy

METODA PRACY

dyskusja, praca w grupach, praca z materiałem źródłowym

PRZEBIEG ĆWICZENIA

1. Zanim przejdziesz do ćwiczenia, zadaj uczniom pytania:

- ▶ *Ile reklam dzisiaj zobaczyliście i usłyszeliście?*
- ▶ *Gdzie je widzieliście/usłyszeliście?*

(możliwe odpowiedzi: reklama zewnętrzna – billboardy, banery, na autobusach, samochodach; reklama w TV, radio, w gazetach, w Internecie; wewnętrzna – w sklepach; na ubraniach, np. koszulka z nazwą firmy, metka z nazwą marki – przykład sportowców, którzy są „obrandowani”).

Poproś uczniów, żeby rozejrzeli się wokół siebie i zobaczyli, czy w waszej klasie są reklamy? Ile ich jest? Możecie przez chwilę porozmawiać o tym, na jakie reklamy zwracamy uwagę.

2. Podziel uczniów na grupy (4-5 grup). Każdej grupie rozdaj przykładowe reklamy (wycięte z prasy). Następnie, uczniowie w grupach odpowiadają na pytania:

- ▶ *Jaki produkt jest reklamowany?*
- ▶ *Do kogo jest skierowana ta reklama?*
- ▶ *Czy zwraca moją uwagę? Czym?*
- ▶ *Czy coś mnie w niej drażni? Jeśli tak, to co to jest?*
- ▶ *Co mi się w niej podoba?*
- ▶ *Co mi ta reklama próbuje „wcisnąć”? Jakimi środkami to czyni?*

3. Grupy prezentują „swoją” reklamę na forum, odpowiadając na powyższe pytania.

4. Podsumowanie ćwiczenia: zwróć uwagę na to, że reklama ma charakter perswazyjny – ma na celu namówić nas do czegoś (do kupna, do udostępnienia swoich danych, do odwiedzenia strony internetowej). Powiedz, że według prawa, w telewizji, prasie i radiu reklamy powinny być oznaczone. Dlatego przed reklamami i po nich pojawia się ich zapowiedź w formie sygnału dźwiękowego lub krótkiego spotu, a w gazetach najczęściej stosuje się ramki z napisem „reklama”, „ogłoszenie płatne” albo „artykuł sponsorowany”. Wspomnij o tym, że można zgłaszać obraźliwe, dyskryminujące reklamy do Komisji Etyki Reklamy przy Radzie Reklamy.