

TANULÓI TEVÉKENYSÉG	TANÁRI TEVÉKENYSÉG – SZÜKSÉGES IDŐ MUNKAFORMA – RÖGZÍTÉSRE KERÜLŐ ISMERETEK	MÓDSZERTANI MEGJEGYZÉSEK
<p>Az óra címe: A REKLÁM NEM NYELVI KIFEJEZŐESZKÖZEI: A SZÍN. A HIRDETÉS ÉS A TERMÉK FOGALMÁNAK ELKÜLÖNÍTÉSE.</p> <p>Az óra célja: Ismerkedés a reklám nem nyelvi kifejezőeszközeivel, különös tekintettel a szín hatására, működésére. A reklám formai elemeinek és üzenetének felismerése, tudatosítása.</p> <p>Szerző: Timár Borbála, Tisza Géza</p>		
<p>OTTHONI FELADAT MEGBESZÉLÉSE</p> <ul style="list-style-type: none"> A tanulók négyes csoportokat alakítanak, és a csoportmunkához kialakított munkaasztaloknál foglalnak helyet. Kiteszik maguk elé az otthon kiegészített táblázatokat, majd mindenki cserél a szomszédjával. Egy perc után átadják a lapokat a következőknek, akik szintén egy perc alatt megnézik. Végül minden lap visszakerül a tulajdonosához. 	<p>Csoportmunka, egész csoportos megbeszélés – 5 perc</p> <p>Miután a lapok visszakerültek, a tanár beszélgetést kezdeményez a következő kérdések segítségével:</p> <ul style="list-style-type: none"> <i>Volt-e olyan példa, amit többen írtatok? Ha igen, mi?</i> <i>Volt-e olyan, amiről azt gondoltad, hogy akár Neked is eszedbe jutott volna?</i> <i>Milyen érzés volt ezeket a példákat olvasni?</i> <i>Mit kedveltek ezekben a szereplőkben, zenékben stb.?</i> 	<p>Az előző foglalkozás felidézése, a reklámhoz való személyes viszony, a reklámalemzés előkészítése.</p> <p>A bemutatást követő beszélgetés célja, hogy a tanulók felismerjék, milyen sokan ismerjük ezeket, hétköznapi életünk, kultúránk részei (pl. a szlogenek idézgetjük, a dallamokat énekeljük).</p> <ul style="list-style-type: none"> Az osztálytermet javasolt már a szünetben átrendezni. A négyfős csoport ideális méretű, az osztálylétszámtól függően azonban alakulhatnak 3-5 fős csoportok is. Néhány egyszerű csoportalakítási módszer: sorok vagy oszlopok alapján; számolással (a tanár mindenkinek mond egy számot, az azonos számúak kerülnek egy csoportba); színkártyával vagy szétvágott képpel, ahol a csoport tagjainak meg kell találniuk egymást Fontos, hogy a tanár jelezze az időt, szóljon egy perc után, hogy csere következik. A beszélgetés során szerencsés eljutni oda, hogy a tanulók maguk állapítják meg: sok olyan elem van a reklámokban, amelyeket szeretünk, és ezek felidézése jó, ismerős, illetve „vicces” érzés.

TANULÓI TEVÉKENYSÉG	TANÁRI TEVÉKENYSÉG – SZÜKSÉGES IDŐ MUNKAFORMA – RÖGZÍTÉSRE KERÜLŐ ISMERETEK	MÓDSZERTANI MEGJEGYZÉSEK
<p>RÁVEZETÉS – FELIDÉZÉS</p> <p>- A tanulók önállóan mátrix-lapokat töltenek ki (szeretem – akarom, szeretem – nem akarom, nem szeretem – akarom, nem szeretem – nem akarom), majd a néhány megoldás közös meghallgatása után a tanár kérdez, és ennek segítségével a tanulók reflektálhatnak arra, amit írtak.</p> <p>melléklet: mátrix-lap</p>	<p>EGYÉNI MUNKA, EGÉSZ CSOPORTOS MEGBESZÉLÉS – 15 PERC</p> <p>1. A tanár kiosztja a mátrix-lapokat, és ismerteti a feladatot. (2 perc)</p> <p>- Gondold végig, milyen reklámokat láttál mostanában a tévében! Töltsd ki a táblázatot, minden kockába írd egy példát!</p> <p>- Figyeld arra, hogy a „szeretem” a reklámra vonatkozik, az „akarom” pedig arra, amit reklámoz.</p> <p>- Két perccel van. Minden rubrikába írdatok!</p> <p>2. A tanulók elmondják a megoldásaikat. (3 perc)</p> <p>3. Megbeszélés (10 perc)</p> <p>A tanár a beszélgetést általánosabb szempontok felé irányítja. A kérdések fókuszja a „miért szeretem” (a reklámalelemzés előkészítése), illetve a „miért nem szeretem és nem akarom” (a célcsoport, hatás, üzenet fogalmának felidézése).</p> <p>A tanár a beszélgetés közben táblára ír néhány kulcsszót az elhazók közül, pl.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • célcsoport vagy célközönség • a reklámok készítői felmérik a célközönség igényeit és médiaforgasztási szokásait • a reklám célja kettős: megismertetni a terméket és vágyat kelteni iránta • értékeket kötnek a termékhez (boldogság, fiatalság, szépség, stb.) • üzenet • hatás <p>- Mit szóltok hozzá, egyetértetek vele? Van olyan, amit ti is írtatok?</p> <p>- Miért szereted ezt a reklámot?</p> <p>- Mi az, ami tetszik benne?</p> <p>- Miért kerülhet egy reklám a nem szeretem – nem akarom kategóriába?</p> <p>További lehetséges kérdések:</p> <p>- Miért nincs szükséged mosóporra vagy műfogsor-rögzítőre? (célcsoport fogalma)</p> <p>- Miért nem rokonszenves ez a reklám? (üzenet és hatás fogalma, erre lehetséges válasz, hogy “nem érzem menőnek, pedig úgy tesz”, vagy hogy “mert a gyerekek butának vannak bemutatva”).</p>	<p>Egyes médiaszövegekkel (reklám-spotokkal) kapcsolatos preferenciák kifejezése, a hirdetés és a termék elkülönítése</p> <p>A feladat célja, hogy ráhangolja a tanulókat a reklámról való beszélgetésre, illetve felidézze saját, reklámmal kapcsolatos élményeiket, hogy tudják tapasztalataikhoz kapcsolni a foglalkozáson elhangzó gondolatokat, ismereteket.</p> <p>A hirdetés és a termék fogalmának elkülönítése segít abban, hogy “kívülről” vizsgálhassák a reklámokat, felismerjék hatásmechanizmusukat.</p> <p>- A tanár figyeljen oda arra, hogy a tanulók valóban értsék a különbséget a szeretem (ami a reklámra vonatkozik) és az akarom (ami a termékre) között!</p> <p>- A rubrikákba a termék nevét, illetve egy rövid utalást kell írni az adott reklámra, csak a tanulónak magának kell felismernie, mire gondolt, nem kell részletes leírás (pl. autó-lelökös Sport szelet)</p> <p>- A gyűjtésekről való beszámoló során érdemes önként jelentkezőket, és csak 2-3 felolvasót választani. Ha mindenáron ennél többen szeretnék bemutatni, akkor lehet csak egy-egy kockára rákérdezni.</p> <p>- Ha félhangosan kommentálják egymás között a hallottakat, érdemes lehet felszólítani, hogy mondják el hangosan, de figyeljenek oda, hogy csak vélemények vitázzanak. A tanár kommentálhatja is az ilyen és ehhez hasonló kijelentéseket: „Te fiú vagy, persze, hogy nem érdekelnek a Barbie-babák.” stb. (utalhat az előző órán megbeszélte sztereotípiára is)</p> <p>- Nem baj, ha a 3. tevékenység (megbeszélés) csak néhány szempontot villant fel, lehet egy-egy apró kérdéssről hosszan beszélgetni. A cél az, hogy a saját véleményükről elgondolkozzanak.</p> <p>- A tanár segíthet a gondolatok kifejezésében a példák alapján is.</p>

TANULÓI TEVÉKENYSÉG	TANÁRI TEVÉKENYSÉG – SZÜKSÉGES IDŐ MUNKAFORMA – RÖGZÍTÉSRE KERÜLŐ ISMERETEK	MÓDSZERTANI MEGJEGYZÉSEK
<p>REKLÁMELEMZÉS 1. – SZÍNEK</p> <p>A tanulók megnézik a bemutatókat, majd válaszolnak a tanár által feltett kérdésekre.</p> <p>melléklet: prezentáció</p>	<p>ASSZOCIÁCIÓS JÁTÉK, EGYÉNI MUNKA, EGÉSZ CSOPORTOS MEGBESZÉLÉS –15 PERC</p> <p>A tanár színeket és szavakat bemutató diát vetít.</p> <p>1. Asszociációs játék (5 perc) <i>Melyik színt kapcsolnátok a kivetített szavakhoz, fogalmakhoz?</i></p> <p>Lehetséges válaszok:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bátorság, rámenősség, energia (piros) 2. Tavaszi virágok, kisbabák (rózsaszín) 3. Frissesség, nyugalom (kék) 4. Friss, békés, természetes (zöld) <p>Most színeket mutatok, amelyek egy-egy céghez, márkához kapcsolódnak. Találjátok ki, melyikhez! Milyen hangulatot sugallnak?</p>	<p>A reklám nyelvi elemei közül a szín vizsgálata, kiemelés, asszociáció</p> <p>A feladat célja a reklám nyelvi elemei közül egynek, a színeknek a vizsgálata. Valamennyi elem megfigyelésére nincs idő, de ezen a látványos és könnyen érthető szemponton keresztül a tanulók benyomást szerezhetnek arról, hogyan hat a reklám.</p> <p>A színek és a reklám kapcsolatáról a következő cikkből tájékozódhat: http://www.kulinarisvilag.hu/hun/cikkek/szin-reklem-tudatalatti-iz</p> <p>- A feladat megtartása előtt a tanárnak javasolt átgondolni a következőket:</p> <p>Az első tevékenységben megjelenő bemutató egy, illetve két színű diákat tartalmaz: Nivea-kék (tisztaság, ápoltság, tradíció), T-com-magenta (élénk, erőteljes, figyelemfelkeltő, a Deutsche Telekom le is védette), Milka-lila (béke, szelídség, de benne van a piros élénksége is, és a kék tisztasága, egyszerre nyugtató és energiát adó, mint a csoki), McDonalds – piros-sárga (vidám, alapszínek, öröm, erő, étvágygerjesztő, meleg).</p> <p>A Nivea-reklám meghatározó színei a fehér és a kék. A ruhák, a pohár, a nő szeme, ruhája a partin, a háttér a partin és az animációban is, ahol a bőr kisimulását mutatják. A termék csomagolása már nem kék, de a márkához hozzátartozik a tisztaság, frissesség, egészség kékje és a selymesség, a Nivea egész világa ebben pompázik.</p> <p>A Milka-reklámban csak a termék, illetve a logóként megjelenő tehén lila, a reklám végén a gondolatbuborékban lévő szereplők háttere is; ez a reklám szlogenjének (Mondd el Milkával!) képi párja.</p> <p>- A tanár a feladat első tevékenységéhez (asszociációs játék) teremtsen nyugodt, ellazult hangulatot. Akár arra is megkérheti a tanulókat, hogy hunyják le a szemüket. Mindenképpen törekedjen arra, hogy ne kiabáljanak be, és hagyjon 10-15 másodpercet a gondolkodásra</p> <p>- Minden szín után meg kell állni, és megbeszélni az érzéseket.</p> <p>- A hangulat meghatározásánál lehet segíteni hasonló vagy ellentétes értelmű jelzők sorolásával.</p>

TANULÓI TEVÉKENYSÉG	TANÁRI TEVÉKENYSÉG – SZÜKSÉGES IDŐ MUNKAFORMA – RÖGZÍTÉSRE KERÜLŐ ISMERETEK	MÓDSZERTANI MEGJEGYZÉSEK
	<p>2. Színek keresése (10 perc) - Nézzétek meg a következő reklámfilmet, és figyeljétek meg, hol jelenik meg a kék szín! (Nivea) http://reklamfilmek.com/video.php?video=1153&firm=67</p> <p>- Nézzétek meg a következő reklámfilmet, és figyeljétek meg, hol jelenik meg a lila szín! (Milka) http://reklamfilmek.com/video.php?firm=20&video=1111</p> <p>A filmek megtekintése és megbeszélése után rögzítsük a színek fontos szerepét a reklámokban:</p> <ul style="list-style-type: none"> A színekhez érzéseket, hangulatokat társítunk. Ezt használják ki a reklámok készítői, amikor egy termék csomagolását vagy egy márka meghatározó színvilágát tervezik meg. 	<p>A feladat második tevékenységénél a tanár kérdésekkel vezessen rá a megoldásra, ne ő mondja el az információkat. (Pl.: <i>Miért használnak ennyi kéket ebben a reklámban, amikor a krém maga már nem is kék dobozban van? Miért lila a szövegbuborék?</i>)</p> <p>- Érdekes fölhívni a figyelmet arra, hogy a két reklám különféle céllal használja a színeket: az egyik asszociációt kelt, a másik a termékhez kapcsolódik.</p>
REKLÁMELEMZÉS 2. – (FORMA ÉS TARTALOM)	<p>EGÉSZ CSOPORTOS MEGBESZÉLÉS, CSOPORTMUNKA – 25 PERC</p> <p>1. Becsapós reklám (5 perc) A tanár egy képet vetít. http://m.cdn.blog.hu/ma/maria/image/2010_junius/0623_banner.jpg</p> <p>- Melyik termék reklámja lehet? Miből gondoljátok? Milyen jellegzetes elemek találhatók rajta?</p> <p>Várható válasz: Pöttyös Túró Rudi</p> <p>A magyarázat elemei:</p> <ul style="list-style-type: none"> színek, betűtípus, pöttyös háttér, de akár a nagy betűk, a harsányság, a tegezés, és a játék stílusa is (vicces ennyi csokit nyerni) stb. <p>A tanár elárulja, hogy ez nem Túró Rudi reklám, röviden elmondja, hogy internetes átverésről van szó, ahol a regisztrálótól adatot és pénzt csálnak ki, és felhívja a figyelmet erre a veszélyre.</p> <p>- Honnan lehetne rájönni, hogy csalás?</p> <p>Várható válasz: „Csokoládét lehet nyerni, nem Pöttyös terméket.”</p>	<p>Egy márka különböző reklámjain keresztül a márka és a termék jellemzése, stíluselemeinek vizsgálata</p> <p>A feladat célja a reklám formai elemeinek és üzenetének vizsgálata, egy termék több reklámján keresztül, valamint bemutatni azt, hogy milyen jellegzetes formai elemek határozhatnak meg egy márkát, brandet.</p> <p>- A tanár a feladat első tevékenységére felkészülhet a feladat forrásául szolgáló cikk alapján: LINK.</p> <p>- A feladat első tevékenysége (becsapós reklám) kapcsán nem javasolt hosszan tárgyalni az internet veszélyeit, inkább csak felhívni rá a figyelmet. A fókusz a reklámon és a megtévesztésen legyen!</p> <p>- A tanár hangsúlyozza, hogy ez nem jelenti azt, hogy a reklámok „mindig becsapnak”, csak azt mutatja be, hogy érdemes odafigyelni, illetve arra nagyon jó példa, hogy a stíluselemek mennyire szorosan kapcsolódhatnak egy termékhez.</p>

TANULÓI TEVÉKENYSÉG	TANÁRI TEVÉKENYSÉG – SZÜKSÉGES IDŐ MUNKAFORMA – RÖGZÍTÉSRE KERÜLŐ ISMERETEK	MÓDSZERTANI MEGJEGYZÉSEK
<p>Minden csoport megkapja az elemző lapot, amelyen középen a Túró Rudi képe van, és a tanár irányításával jellemzik a terméket és a reklámokat.</p> <p>melléklet: elemző lap</p> <p>Választanak a szavak közül, majd beszámolnak a választásukról.</p> <p>Megnézik a Túró Rudi reklámfilmet, és válaszolnak az elemző lap harmadik, részben elkülönített részén található kérdésekre.</p>	<p>2. Elemzés (20 perc) Nézzétek meg a Túró Rudi képét! http://www.mmonline.hu/image/kiemeles/68806_ce690912fe.jpg Étvágygerjesztő, ugye? - Milyen eszközökkel érik el, hogy ilyen finomnak lássuk? Nyilazzátok oda a megfelelőt! Csak egy valaki írjon, a többiek diktálják! Várható válaszok: - A papír nyitva, - kilóg a Túró Rudi, amelyből már leharaptak egy darabot, - a túró nagyon fehér, - a csokin látszik, ahogy meg van törve, - hogy milyen finom, jó minőségű, - a beállítás torzít, nagyít stb.</p> <p>Nézzétek meg ezt a plakátot! http://www.cooprally.hu/archiv/cooprallyweb2007/tamogatoink/friesland/pottyos_image.jpg A lapotokon található szópárok közül válasszátok ki azokat a szavakat, amelyek szerintetek ezt a plakátot jellemzik!</p> <p>Nézzétek meg a következő reklámfilmet! http://pottyos.hu/videos/025_Pottyos-PTR_uzsidoboz_tagon_final.mpg - Melyik szólás kifordítás a szlogen? Mit jelent? - Kinek szól ez a reklám, gyerekeknek vagy anyukáknak? Mi szól belőle egyiknek, mi a másiknak? Várható válaszok: - gyerekek: uzsonnásdoboz, játszó gyerekek, zene; - anyukának: egészséges és tápláló (igazi túró, kalcium stb.); - másoknak: energia és lendület, Magyarország kedvenc túrórudija</p> <p>A javasolt kérdések a további feldolgozáshoz: - Szívesebben vennétek Túró Rudit az uzsonnásdoboz miatt? Szavazzatok! - Milyen ételt választanátok inkább, ha erőre és lendületre lenne szükségetek?</p> <p>A feladat végén a tanár összegyűjti a lapokat, lehetőség esetén azok a kikerülnek a falra.</p>	<p>- A tanár segítse a csoportban végzett elemző munkát úgy, hogy körbejár a csoportok között, és kérdésekkel segít, ha valahol megrekedtek a feladatmegoldással.</p> <p>- A feladat további feldolgozásra javasolt utolsó két kérdése két reklámozási technikára hívja föl a figyelmet: a termékhez járó, sokszor értéktelen és fölösleges ajándék vonzóná teheti. A termék azt hiteti el, hogy egészséges (az anyukák lelkiismeretének megnyugtására), de nem az; tápláló és egészséges ételeket kéne enni.</p>

TANULÓI TEVÉKENYSÉG	TANÁRI TEVÉKENYSÉG – SZÜKSÉGES IDŐ MUNKAFORMA – RÖGZÍTÉSRE KERÜLŐ ISMERETEK	MÓDSZERTANI MEGJEGYZÉSEK
<p>KREATÍV FELADAT: CSOMAGOLÁS ÉS REKLÁM Minden tanuló kap egy kivágható, összeragaszt- ható Tetra Pak- doboz sablont, amelyre elkészíti egy általa elképzelt tej-márka reklámját. Logót, szlogent, szöveget és rajzot helyez el rajta.</p> <p>melléklet: bemutató</p>	<p>KREATÍV FELADAT, TANÁRI BEMUTATÓ, ÖNÁLLÓ MUNKA – 30 PERC A Túró Rudinál láthattatok, hogy a csomagolás is a reklám része. Most Ti is megtervezhetitek egy termék, egy tejedoboz csomagolását. Nézzünk meg együtt néhány képet ötletadónak!</p> <p>A tanár képeket mutat. - Mire kell figyelnetek a tervezésnél?</p> <p>Javasolt segítő kérdések: - Nézzétek meg, milyen színeket használnak. - Mekkora a betűk? - Mennyire mintás? - Mennyi információt muszáj ráírni egy tejedobozra? - Mi lehet jó márkanev és szlogen?</p>	<p>Tejedoboz csomagolásának tervezése A feladat célja az előző feladatok során megismert szem- pontok feldolgozása, elmélyítése, saját élménnyé tétele. Nem cél tehát minél jobb minőségű, szebben kidolgozott rajzok készítése, inkább az, hogy a tanulók az órán hallot- takból minél többet hasznosítsanak.</p> <p>- A foglalkozás előtt kell jelezni a tanulóknak, hogy hozzá- nak rajzeszközöket, ollót és ragasztót. - Javasolt figyelmeztetni őket, hogy a csomagolás elkészí- tésekor először találják ki, mit szeretnének megvalósítani, és készítsenek vázlatot. - A tanár hangsúlyozza: olyan csomagolást készítsenek, amiből szívesen innának tejet. - Az elkészült munkákat ki lehet állítani a tanári aszta- lon vagy a faliújságra tűzve. Lehet szavazást rendezni úgy, hogy egyszerre mindenki kiteszi a tanártól kapott kosár-emplémát. (A kosár-emplémákat a tanár tetszőleges számban kioszthatja, de arra ügyeljen, hogy minden tanuló azonos számban kapjon!)</p> <p>melléklet: kosár-emplémák</p>
<p>HÁZI FELADAT Gyűjts legalább három példát olyan reklámra, ahol a színeknek fontos szerepe van! (A reklámozott termék bármi lehet.) Röviden írd le, miért meghatározó benne a szín!</p>		