

TANULÓI TEVÉKENYSÉG	TANÁRI TEVÉKENYSÉG – SZÜKSÉGES IDŐ MUNKAFORMA – RÖGZÍTÉSRE KERÜLŐ ISMERETEK	MÓDSZERTANI MEGJEGYZÉSEK
<p>AZ ÓRA CÍME: A REKLÁM EGYIK HATÁSKELTŐ ESZKÖZE: A SZLOGEN. A TÁRSADALMI CÉLÚ REKLÁM ESZKÖZEI ÉS MŰKÖDÉSE</p> <p>AZ ÓRA CÉLJA: A célközönség, célcsoport fogalma. A hatáskeltés eszközeinek felismerése, működésének megértése, különös tekintettel a szlogenre.</p> <p>A reklám sajátos közlésmódjának megismerése társadalmi célú reklámok elemzése és készítése révén.</p> <p>SZERZŐ: Timár Borbála, Tisza Géza</p>		
<p>A REKLÁM CÉLKÖZÖNSÉGE</p> <p>Ellenőrizzük a házi feladatot. Mindnyájan reklámokat gyűjtöttetek megadott szempontok szerint. A következőkben csoportokban fogtok dolgozni. Minden csoportnak adok egy táblázatot, amelyeket az általatok gyűjtött reklámok alapján fogtok kitölteni.</p> <p>A megválaszolandó kérdések:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ki a reklám címzettje, milyen célcsoportnak szól? • Hogyan jellemzi a terméket? • Milyen üzenetet közvetít? <p>melléklet: táblázat</p>	<p>CSOPORTMUNKA, FRONTÁLIS ÖSSZEFOGLALÓ - 15 PERC</p> <p>A tanár az osztályból 3-4 fős csoportokat alakít. Minden csoportnak ad egy kitöltendő táblázatot, és az összegyűjtött házi feladatok közül néhányat. (12 perc)</p> <p>A tanulók megállapításai nyomán összefoglalja a célcsoportról és a reklámmüzenetről szerzett ismereteket. (3 perc)</p> <p>Fontos rögzíteni a következőket:</p> <ul style="list-style-type: none"> • A célközönség/célcsoport a befogadóknak az a köre, akiket a reklám megszólít. • A reklámkészítők tudományos eszközökkel végzett vizsgálatokat alkalmazva felmérik a célcsoport szokásait, anyagi helyzetét, ízlésvilágát, érdeklődési körét, műveltségét, fogyasztási kultúráját. • A reklámok jelentős része képzettársításokon alapszik, ezért a reklámozandó termék vagy szolgáltatás, pozitív értékkel telítődik. 	<p>A feladat célja az előző órán szerzett ismeretek előhívása, ismétlés, megerősítés, illetve az óra anyagának bevezetése.</p> <p>A motiválást segíti, hogy a tanulók már otthon foglalkoztak a reklámok kiválasztásával, vizsgálatával. Ideális esetben a megbeszéléskor személyes élményeikből kiindulva, de már az előző órai fogalmak segítségével ismertetik a megoldást.</p>
<p>REKLÁMSZLOGEN</p> <p>A következőkben a reklámszlogennel fogunk foglalkozni. Kivetíték nektek néhány szlogent, olvassátok el őket, utána válaszoljatok a kérdéseimre. Beszélgessünk róluk!</p> <p>melléklet: reklámszlogenek</p>	<p>EGÉSZ CSOPORTOS MEGBESZÉLÉS – 10 PERC</p> <p>A tanár egy reklámszlogeneket vetít. Beszélgetést kezdeményez a következő kérdésekkel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Melyik szlogent ismeritek? Milyen terméket reklámoz?</i> • <i>Mit gondoltok, milyen célcsoportnak szólnak?</i> • <i>Melyik szlogen tetszik nektek? Miért? Mitől „működik” egy reklámszlogen?</i> <p>Várhatóan a szlogen többféle jellemzőjét felsorolják a tanulók, ezek közül a következőket listázzuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> • egyszerűség, • tömörség, • ritmus, • sűrítés, • könnyű megjegyezhetőség, • tág asszociációs kör. 	<p>A feladat célja, hogy a tanulók gyakorlati példák segítségével fogalmazzák meg és gyűjtsék össze a reklámszlogen jellemzőit.</p> <p>A listázással rendszerezzük a szabad ötleteken alapuló gondolatfolyamot.</p>

TANULÓI TEVÉKENYSÉG	TANÁRI TEVÉKENYSÉG – SZÜKSÉGES IDŐ MUNKAFORMA – RÖGZÍTÉSRE KERÜLŐ ISMERETEK	MÓDSZERTANI MEGJEGYZÉSEK
	<p>Lehet</p> <ul style="list-style-type: none"> • ígéret, • fontos jellemző • megkülönböztető jegy. • Célja: vásárlásra ösztönzés. 	
<p>HOGY REKLÁMOZZUNK? A KIEMELÉS ESZKÖZEI</p> <p>A következőkben megnézték egy reklámspotot, egy-két plakátot, egy online hirdetést, és egy rádiós sugárzásra szánt reklámot. A kiosztott lapokon szereplő szavak a reklám kifejezőeszközei. Azt kérem tőletek, hogy csoportban döntsétek el, melyik eszköz a legmeghatározóbb a megfigyelt reklámban, és amikor kérem, mutassátok föl az eszköz megnevezését.</p> <p>melléklet: a kiemelés eszközei</p> <p>Lehetséges tanári kérdések:</p> <p><i>Figyeljétek meg, hogy mit reklámoznak a bemutatott hirdetések.</i></p> <p><i>Állapítsátok meg, hogy vannak-e olyan eszközök, amelyek csak a plakátra, vagy csak a mozgóképre jellemzőek!</i></p>	<p>CSOPORTMUNKA, EGÉSZ CSOPORTOS MEGBESZÉLÉS – 15 PERC</p> <p>A tanár minden csoportnak kiosztja a lapokat, amiken a kiemelés egy-egy eszközének megnevezése szerepel.</p> <p>Bemutatja a reklámokat, és mindegyik után beszélgetést kezdeményez a következő kérdésekkel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Miért választottátok ezt az eszközt?</i> • <i>Indokold, miért ezt az eszközt tartottátok a legjellemzőbbnek! A reklám milyen jellemző elemei alapján választottátok?</i> • <i>Figyeljétek meg, hogy a lapokon szereplő kiemelő eszközökön kívül még milyen módokon irányítja a figyelmet a reklám?</i> <p>reklámplakát</p> <p>http://ekmk.eu/sites/default/files/images/gyereknapi_majalis (gyereknapi majális)</p> <p>http://www.h-art.hu/upload/nagy/Aquarena_oriasplakat.jpg (Aquarena csúszdapark)</p> <p>http://www.h-art.hu/upload/nagy/ave_oriasplakat.jpg (Ave ásványvíz)</p> <p>http://www.grafikuskelemen.hu/wp-content/uploads/2012/01/oriasplakat-web.jpg (Ludas Matyi újság)</p> <p>reklámspot</p> <p>http://www.youtube.com/watch?v=_ve4M4UsJQoG&feature=endscreen&NR=1 (Honda)</p> <p>http://www.youtube.com/watch?v=0SjUXdBovpg (Cadbury)</p> <p>http://www.youtube.com/watch?v=fME5pdJQgwQ (Sió)</p> <p>rádióreklám</p> <p>http://www.marecord.hu/szolgalatasok/hang/radioreklam/ (Igrice csárda spot)</p>	<p>A tanulóknak a feladat során tudatosulniuk kell a hatáskeltés eszközei.</p> <p>Bármelyik reklám helyett választható aktuálisabb, az itt feltüntetettek ajánlások; reklámplakátból egyet vagy kettőt javasolt bemutatni, a reklámspotok közül pedig egyet.</p> <p>Online hirdetést a tanár aktuálisan keressen valamelyik online újság címlapján.</p> <p>A bemutatásra szánt reklámok médiumok szerint a javasolt sorrendben következzenek: reklámplakátok, reklámspot, rádióreklám, online reklám.</p> <p>A plakát hatáskeltő eszközeinek megfigyelésekor foglalkozhatunk a színkezelés érdekességeivel is, pl. az élénk, telített színek; a kontraszt; a hideg-meleg színek szerepe; tarkaság; szűrkeség; monokróm színek; telítettség; alapszínek használata, stb.</p> <p>A mozgóképi kifejezőeszközöket is felsorolhatjuk (kameraállások, kameramozgások, montázs).</p>

TANULÓI TEVÉKENYSÉG	TANÁRI TEVÉKENYSÉG – SZÜKSÉGES IDŐ MUNKAFORMA – RÖGZÍTÉSRE KERÜLŐ ISMERETEK	MÓDSZERTANI MEGJEGYZÉSEK
	<p>A tanulók megoldásai alapján a tanár tesz néhány megállapítást az egyes médiumok hatáskeltő eszközkészletének különbözőségéről. Ezeket a megállapításokat jegyzeteli (esetleg egy gyerek listázza).</p> <p>Plakát – állókép:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kompozíció (izgalmas lehet, ha nem középre pozícionáljuk a lényeges elemeket), • színek, • kép és szöveg elhelyezése, arányai, • tipográfiai elemek (betűtípus, betűméret, kurziválás, fettelés, aláhúzás, áthúzás, betűritkítás, verzál, iniciálé, kiskapitális, üres hely, keretezés, marginálás) <p>Reklámspot – mozgóképek</p> <ul style="list-style-type: none"> • a közelkép, • a megvilágítás, • a hossz és tempó, • a zenei hangsúlyok, • az ismétlés, • szokatlan eszközök, különleges hatások (pl. maszkolás) • kép • hang <p>Online hirdetés:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Minden, fent felsorolt eszközzel találkozhatunk • speciálisan az online megjelenésre jellemző megoldás az ún. felugró ablak, popup. 	<p>Javasolt kiegészítő tevékenység: MOPED – felsős foglalkozássorozat 6. foglalkozás A reklám - II/3. Médiapiac - A reklám szerepe a média működésében. http://televle.hu/moped/</p> <p>Kiegészítés: hova és hogyan? Lehetséges forrás további plakátokhoz. http://www.businessinsider.com/creative-billboard-ads-2011-8?op=1</p>

TANULÓI TEVÉKENYSÉG	TANÁRI TEVÉKENYSÉG – SZÜKSÉGES IDŐ MUNKAFORMA – RÖGZÍTÉSRE KERÜLŐ ISMERETEK	MÓDSZERTANI MEGJEGYZÉSEK
<p>TÁRSADALMI CÉLÚ HIRDETÉS Nézzétek meg a következő spotot! http://www.youtube.com/watch?v=AIGFr_BzxEQ</p> <p>A film utáni javasolt kérdések:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mit gondoltok, ez is reklám volt? • Ki a célcsoport? • Mi a célja? • Miről szól? Van története? • Milyen eszközök utalnak rá, hogy ez is reklám? • Tetszett nektek? 	<p>EGÉSZ CSOPORTOS MEGBESZÉLÉS – 10 PERC A tanár egy társadalmi célú hirdetést vetít le, és beszélgetést kezdeményez.</p> <p>A társadalmi célú hirdetések</p> <ul style="list-style-type: none"> • célja a meggyőzés – a gazdasági vagy kereskedelmi célú reklámokhoz hasonlóan. • hatásmechanizmusuk, megjelenési formájuk is megegyezik a kereskedelmi reklámokéval. • A kereskedelmi reklámok egy áru vagy szolgáltatás megvételére, igénybevételére ösztönöznek, • a társadalmi célú hirdetés egy közérdekű cél támogatására szólít fel, • az ilyen cél megvalósulását veszélyeztető körülményre hívja fel a figyelmünket, vagy • segítség nyújtására szólít fel. 	<p>A feladat célja a társadalmi célú hirdetés sajátosságainak felismerése, különbségtétel a termékreklám és a társadalmi célú hirdetés között. Ennél a témakörnél nem cél, hogy mindent megtanítsunk a társadalmi célú hirdetésről, erre még lesz mód a következő években. Most emeljük ki az eddig megtanultak segítségével, hogy mik a különbségek és hasonlóságok a kereskedelmi és a társadalmi célú reklámok között.</p>
<p>REKLÁMKÉSZÍTÉS – TÁRSADALMI CÉLLAL Készítsétek el egy dohányzás elleni reklámfilm képes forgatókönyvét! Párban dolgozzatok! Én megadtam a témát (dohányzás) és a műfajt (társadalmi célú reklám), ti találjátok ki a célcsoportot, a szlogent, és a reklámfilm kifejező eszközeit.</p> <p>melléklet: reklámfilm tervező lap</p> <p>Miután elkészültek a tervek: Önként jelentkezők mutassák be a tervüket! Mondjátok el a véleményeteket a megismert tervekről! Melyik szólítja meg a választott célcsoportot? Melyik szlogen találó, emlékezetes? Melyik reklámfilm terve lenne alkalmas rá, hogy széles befogadóréteget szólítson meg?</p>	<p>PÁROS MUNKA, EGÉSZ CSOPORTOS MEGBESZÉLÉS (30 PERC) A tanár a csoportokat párokra bontja. Kiosztja a tervező lapokat, és elmagyarázza a feladatot. (5 perc)</p> <p>A tanár koordinálja a reklámfilm-tervezés folyamatát, segíti a párok munkáját. (15 perc)</p> <p>Beszélgetés kezdeményez az értékeléshez. (10 perc)</p>	<p>A feladat során a diákok próbára teszik magukat reklámfilm tervezésében, alkalmazva a célcsoportról, az üzenetről, a reklámszlogenről és a hatáskeltés eszközeiről a foglalkozáson szerzett ismereteket.</p> <p>A tanár figyelje a párok munkáját, ösztönözze az együttműködést, segítsen, ha valahol elakadnak.</p>

TANULÓI TEVÉKENYSÉG	TANÁRI TEVÉKENYSÉG – SZÜKSÉGES IDŐ MUNKAFORMA – RÖGZÍTÉSRE KERÜLŐ ISMERETEK	MÓDSZERTANI MEGJEGYZÉSEK
<p>REKLÁMFELÜLET Nevezetek meg olyan felületeket, helyeket, amelyeken hirdethetni lehet!</p> <p>Lehetséges segítő kérdések::</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hol jelenhetne meg a filinterveitekből készült társadalmi célú hirdetés? • Mit gondoltok, ha a saját korosztályotokat akarnátok meggyőzni a dohányzás ártalmairól, mikor, hol lenne legcélszerűbb hirdetni, hogy sok gyerekhez eljusson? • Hol és mikor hirdetnétek ugyanezt a témát, ha a célcsoport felnőttekből állna? 	<p>Egész csoportos megbeszélés – 10 perc A tanár beszélgetést kezdeményez a következő kérdésekkel:</p> <p>Reklámhelyek (felsorolás a teljesség igénye nélkül):</p> <ul style="list-style-type: none"> • technikai eszközön keresztül; • médiumon keresztül; • házak falán (óriásplakát), • hirdetőoszlopon, • járműveken, járművekben, • „szendvicsemlen”, • kirakatban, • faliújságon, • csomagoláson, • ruházaton, • filmek előtt, stb. 	<p>A feladat célja annak tudatosítása, hogy a reklám az életünk minden területén jelen van. Az elhelyezés szerepének felismerése.</p> <p>Ha a tanulók elakadnak a reklámfelületek megnevezésében, a tanár egy-egy reklámhely felidézésével segítheti őket.</p>
<p>HÁZI FELADAT: Készítsetek dohányzás elleni reklámot! Döntsd el, kikből áll a célcsoport! Készíthetsz plakátot, reklámspotot, újsághirdetést, rádióreklámot, szórólapot..</p>		<p>A házi feladat célja az ismeretek szintetizálása, mélyítése.</p> <p>Ha valaki reklámspotot szeretne készíteni, annak a tanár följajánlhatja, hogy elkészítheti online alkalmazással is (használható bármelyik képregény-készítő alkalmazás erre a célra, pl.: http://www.bitstrips.com/create/comic/), vagy az IKT használatban jártasabb tanulók elkészíthetik a reklámfilmet magát is.</p> <p>Az elkészült munkák publikálására foglalkozáson kívül javasolt szervezni egy bemutatót - akár meghívott vendégekkel.</p>

FORRÁSOK

FELHASZNÁLT SZAKIRODALOM:

Hartai László - Muhi Klára: Mozgóképek és médiaismeret – Tankönyv 12-18 éveseknek (Korona Kiadó Budapest 1998.)

A VIDEÓK ÉS KÉPEK FORRÁSAI:

Gyereknapi majális: <http://ekmk.eu/sites/default/files/images/gyereknapi3.preview.jpg>

Aquaréna csúszdapark: http://www.h-art.hu/upload/nagy/Aquarena_oriasplakat.jpg

Ave ásványvíz: http://www.h-art.hu/upload/nagy/ave_oriasplakat.jpg

Ludas Matyi újság: <http://www.grafikuskelemen.hu/wp-content/uploads/2012/01/oriasplakat-web.jpg>

Hirdetőtáblák: <http://www.businessinsider.com/creative-billboard-ads-2011-8?op=1>

Honda: http://www.youtube.com/watch?v=_ve4M4UsJQo&feature=endscreen&NR=1

Cadbury: <http://www.youtube.com/watch?v=0SjUXdBovpg>

Sió: <http://www.youtube.com/watch?v=fME5pdJQgwQ>

Igrice csárda spot: <http://www.marecord.hu/szolgaltatasok/hang/radioreklam/>