

Hollós Jánosné

Tökéletes család, tökéletes csomag

- Reklámalemzés alkalmazása osztályfőnöki és etika órán -

A gyakorlatok célja, hogy a diákok érzékeljék, hogy a termékreklámokban szereplő társadalomrajz, családmodell konstruált, a termék idealizált fogyasztói környezetét hozza létre. A sztereotíp karakterek a társadalmi elvárások jólszituált, idealizált modelljei. Ugyanakkor a reklámozási stratégiákban is vannak különbségek. A sztereotípiák változnak, a reklámok más-más dinamikával tartanak távolságot a tényleges társadalmi jelenségektől. Vagy épp ellenkezőleg: Kihasználják a családi életben megélt problémákat, érzelmi reakciókat, máskor pedig érzékenyítenek. A gyakorlatok ütköztetik a reklámok modellvilágát a társadalmi és a saját tapasztalatokkal, ezáltal differenciáltabb, pontosabb megfigyelésre készíteti a diákokat, fejleszti érvelési technikájukat.

1. gyakorlat

A diákok megkapják az alábbi idézetet. Fontos, hogy csak magával a helyzettel találkoznak. Nem ismerik annak forrását, médiakörnyezetét.

*„Ennyi idő után visszamenni dolgozni!
Persze, hogy félek. Gondolj csak a reggelekre! Örület lesz.
És ki mesél majd Máténak? Nem akarok nektek csalódást okozni!
Hogy fogom összetartani ezt a családot?”*

<https://www.youtube.com/watch?v=-64qIHDMIsc>

(Forrás: Magenta 1 reklám)

1. Olvassátok el a fenti idézetet! Ki mondhatta? Indokoljatok!
2. Hol hangozhatott el?
3. Kinek mondhatta a beszélő?
4. Mit tudhatunk meg a fenti mondatokból? Próbáljatok minden részletre figyelni!
5. Képzeljétek el, ki és mit válaszolna a fenti idézetre!
Néhány mondattal folytassátok a fenti sorokat!

2. gyakorlat

A diákok párban dolgoznak. Megnézik és megbeszélik a következő képeket, és kiválasztanak egyet. A kapott szempontok szerint a diákok elemzik a képkockát.



A képek forrása



<http://image.kreativ.hu/580x387/625040.jpg>



<https://777blog.hu/wp-content/uploads/2019/09/reklam-kep-1080x608.jpg>



<https://www.youtube.com/watch?v=3Oz9SgFRnRg>

0:19/0:28



<https://www.scottishgrocer.co.uk/wp-content/uploads/2016/09/Toffifee-1.jpg>

a./Válaszatok ki egy képet a fentiekből!

Nézzétek meg jól! Írjátok le róla mindent, ami eszetekbe jut!

1. Kik lehetnek? Hol élhetnek? Mivel foglalkozhatnak?
2. Milyen eseményt örökít meg ez a fotó?
3. Elhangozhatott-e az előbbi idézet a családban? Válaszotokat indokoljátok!
4. Írjátok egy rövid párbeszédet a választott kép alapján!

b./A képelemzéseket a reklámalemzés követi. Vizsgáljátok meg, hogy a reklámokban megjelenített termékek hogyan kapcsolódnak a családi élethez! Van-e különbség az árukapcsolások között?

Az elemzendő reklámok:

<https://www.youtube.com/watch?v=0nDHBuslVQc>

<https://www.youtube.com/watch?v=-64qIHDMIsc>

<https://www.youtube.com/watch?v=3Oz9SgFRnRg>

<https://www.youtube.com/watch?v=Ebqq4O92yGo>

3. gyakorlat

Gyűjtőmunka

Különböző reklámokból gyűjtsetek anya-, apa- valamit nagyszülő ábrázolásokat! Mi jellemzi a reklámokban megjelenő anyákat és apákat, nagyszülőket? Miben hasonlítanak, miben különböznek? Mi az oka a hasonlóságnak?

4. gyakorlat

a./Nézzük meg a következő kisfilmet! Mi a szerepe a karácsonyi vacsorának a történetben?



https://www.youtube.com/watch?v=4_B6wQMd2eI

Működhet-e ez a történet reklámként? Ha nem, miért nem. Ha igen, akkor mit, milyen terméket reklámozhat?

b./ Nézzük meg újra a történetet!

A történet a szupermarket lógójával:

<https://www.youtube.com/watch?v=V6-0kYhqoRo>

Milyen eszközöket használ a reklám, hogy hatással legyen a nézőkre?

„Edeka tanulságos reklám, ami Neked is könnyet csal a szemedbe.”

A reklám alatti egyik kommentben olvasható ez a vélemény. Egyetértetek vele?

Válaszotokat 10 mondatban fogalmazzátok meg! Érveljétek a véleményetek mellett!

ÓRAVÁZLAT

Korosztály:	7-8. évfolyam
Téma:	média - Hogyan működik a reklám?
Munkaforma:	frontális, pár- és csoportmunka
Idő:	45 perc

Bevezető / ráhangolódás

Hol találkozhatunk reklámmal?

Gyűjtsétek össze, és írjátok le a füzetbe!

Dolgozzatok párban! A feladatra 3 percet kaptok.

Várható válaszok: internet, TV, utca, óriásplakát stb.

Feladat

Életünk szinte minden területén találkozhatunk reklámmal.

Most csoportokban fogtok dolgozni. Fel kell ismernetek a logók alapján a termékeket.

A feladatban az a nehezítés, hogy csak a logók színeit láthatjátok.

(Feltételezhető, hogy ismerik a logó fogalmát - egy-két kérdés után ez látható.

Amennyiben szükséges, lehet róla beszélgetni.

A logókat (Burger King, Coca-cola, Lidl, Tesco stb) kivetítem, miközben a csoportok írják a válaszokat. A logókból előzetesen "kiszedtem" a színeket, a túlságosan árulkodó formákat.

A válaszokat szintén vetítéssel ellenőrizzük.

Beszélgetés

Miért ismertünk fel ilyen sokat?

egyedi, karakteres színek

minden reklámban benne vannak hangsúlyosan

Mi jellemzi ezeket a színeket?
erősek, egyediek, valamilyen érzelmet sugároznak
Ez miért fontos?
mert csak a színekről megjegyezzük a terméket
mert a sugalmazott érzelmet összekötjük magával a termékkel.

Mi az még, ami alapján felismerhetünk egy reklámot?
remélt válasz: a zenéjéről

Feladat

Most zenebejátszásokat fogtok hallani. Melyik zenét melyik logóval tudjátok összekapcsolni? (csoportmunka folyt.)

Ellenőrzés

Filmbejátszások

Összefoglalhatjuk, hogy a reklám fontos elemei: a színek és a zene

Most nézzük meg, hogyan érvényesülnek ezek az elemek a reklámban!
A filmbejátszások után csoportban írtátok össze!

Filmbejátszások - 3 reklám

A csoportok bemutatják válaszaikat.

Várható válaszok:

A termék logójában szereplő színek már hamarabb is szerepelnek -
tárgyak, ruhák színeiben.

A reklámhoz tartozó zene jól felismerhető.

Még nem is láttuk, mit reklámoz, de a zene hallatán beugrott.

Beszélgetés

Szlogenek

Beszélgetés

Mi kell még egy reklámhoz?

A látott reklámok alapján remélhetően rá fognak jönni, hogy a szlogenek.

Milyen a jó szlogen?

Várható válaszok:

Rövid, frappáns.

Jól megjegyezhető.

Egyből beugrik a termék.

Kreatív csoportmunka

Minden csoport kap egy terméket (pl. csokoládé, üdítőital, gyorsétterem, autómárka), és írjon egy szlogent.

A csoportok felolvassák a munkájukat, a többi csoport értékeli.
Minden csoportnak van 5 pontja, ezeket oszthatja el a többi csoport között. Saját szlogenre nem szavazhat. Az összes szlogen elhangzása után a pontok felkerülnek a táblára.

A győztes csapatot megtapsoljuk.

(Idő és az osztály érettsége, kreativitása függvényében a csoportok reklámot is írhatnak és előadhatnak.)

A későbbiekben lehet foglalkozni még a reklám egyéb elemeivel, mechanizmusával, hatásával és veszélyeivel.