

Alsósokra hangolva – Médiatudatosságot fejlesztő óratervek

3-4. évfolyamos diákoknak

Bevezető

Az alábbi óravázlat az alsósoknak szóló sorozatunk következő része, amelyben a reklámok kereskedelmi logikájával ismerkedünk majd meg. Az óra nem kapcsolódik a sorozat korábbi elemeihez – önállóan megtartható. Az óratervben szerepelnek olyan tananyaghoz kapcsolódó feladatok, amelyek a tanóra szűkös időkeretébe már nem illeszthetők be. A pedagógus feladhatja őket szorgalmi, illetve házi feladatként, vagy az általunk 45 percesnek szánt órát kiegészítve két tanórát is tarthat az adott témakörben.

Az óratervben egy-egy feladathoz alternatív megvalósítási formákat is javasolunk, ezeket sötétszürke betűszínnel jelöltük. A potenciális tanítói közléseket T, a várható tanulói válaszokat pedig D betűvel láttuk el. Az órán használható feladatok/tesztek a Feladatok közt találhatóak. A Mellékletek rész az órai feladatokhoz tartozó nyomtatható/kivetíthető eszközöket tartalmazza.

Tartalomjegyzék

Óravázlat	1
Mellékletek.....	7

Óravázlat

Tantárgy: Digitális kultúra

Az óra címe: A reklám a barátunk?

Órakeret/Időtartam: 45 perc

Az óra típusa: új ismereteket kialakító és feldolgozó óra

Az óra célja:

- Rávilágítani, hogy ingyenes tartalom (film, játék, videó) nincs, valakinek fizetnie kell érte.
- Miért fizetnek helyettünk a reklámozók?
- Biztos, hogy mi semmit sem adunk az ingyenes tartalmakért?
- Jó, hogy ez így van?

Tantárgyi kapcsolatok: vizuális kultúra, etika

Kulcsfogalmak: tartalom, tartalomgyártás, tévécsatorna, tévéműsor, videómegosztó, videó, videójáték, reklám, célcsoport, költség, média, médium

Eszközök: Mellékletek

Teremigény: projektor szükséges azoknak az ábráknak a kivetítéséhez, amelyeket a gyerekekkel értelmezni fogunk, többféle munkaforma alkalmazását teszi lehetővé, ha a gyerekek számítógépet vagy tabletet használhatnak.

Előzetes tennivaló:

- Szóban érdemes felmérni, hogyan vélekednek a gyerekek a reklámokról, elfogadják vagy idegesítőnek tartják őket.
- Ha a gyerekek számítógépet, tabletet használnak, akkor gondoskodni kell arról, hogy csoportmunka esetén a csoport, egyéni munka esetén mindenki kapja meg az órán használandó anyagokat.

Ötletek/Megjegyzés:

- Erre az órára több képet (A) szerkesztettünk, amelyek a magyarázataikkal (B) együtt a Mellékletekben megtalálhatók.
- A feladatok megoldhatók egyéni, páros vagy csoportmunkában is, ez inkább az órán használható eszközöktől függ.
- A feladatokat érdemes kivetíteni és/vagy digitális formában feldolgozni a gyerekekkel, mert sok színes ábrával fognak dolgozni, ezért a nyomtatást nem javasoljuk.

Idő	Tanári tevékenység – rögzítésre kerülő ismeretek	Tevékenység – munkaforma	Eszköz	Megjegyzések
2 perc	<p>I. BEVEZETÉS, RÁHANGOLÁS</p> <p><i>T: Ezen az órán megismerkedünk egy Julcsi nevű kislánnyal, akinek a ti segítségetekre lenne szüksége.</i></p> <p>Történet felolvasása</p> <p><i>Segítsünk Julcsinak egy jó ötlettel! Szerintetek mivel tölthetné az idejét Julcsi, hogy ne unatkozzon annyira a szünet első napján? Ohyasmit ajánlj neki, ami ingyenes, és nem kell hozzá kimozdulnia!</i></p> <p><i>D: Játsszon a telefonján, nézzon tévét, nézzon Youtube-videókat.</i></p>	egyéni, páros vagy csoportmunka	Melléklet 1A -B-C	<p>Ha szükséges, a feladat szövegét kinyomtathatjuk vagy kivetíthetjük a gyerekeknek.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Julcsi története (Melléklet 1A) – A történet feldolgozására javaslat (Melléklet 1B) – Julcsiról kép (Melléklet 1C)
1 perc (3 perc)	<p>II. AZ ÓRA TÉMÁJÁNAK MEGADÁSA</p> <p><i>T: Nagyon jó ötleteket gyűjtöttetek össze! Képzeljétek, Julcsinak is pont ezek jutottak eszébe! El is indított egy játékot a telefonján. Miközben játszott, azon kezdett tűnődni, hogy miért kell fizetni a samponért, és miért nem kell a telefonján lévő játékért? Annyira gondolkodóba ejtette ez a kérdés, hogy még a játékot is abbahagyta. De bárhogy is törte a fejét, nem tudott rájönni a válaszra.</i></p> <p><i>A mai órán segíteni fogunk Julcsinak, és megválaszoljuk azt a kérdést, hogy miért kell fizetni a samponért, ha a tévéért, a YouTube-ért és a videójátékokért nem kell!</i></p>			
5 perc (8 perc)	<p>III. ÓRA TÉMÁJÁNAK FELDOLGOZÁSA</p> <p><i>T: Kezdjük azzal, hogy derítsük ki, miért is kell fizetni a samponért! Láttok egy ábrát (Melléklet 2A) a sampon útjáról, hogyan jut el a gyárból Julcsihoz. A feladatokat az, hogy gondoljátok végig, ki és miért fizet! A lehetőségeket a nyilak mellé írt kérdőjelek mutatják, gondoljátok végig, hogy abban az esetben fizet-e valaki valakinek! Figyeljete arra is, hogy van egy kisebb és egy nagyobb pénzösszeg, döntsétek el, hogy van-e ennek jelentősége, és ez alapján helyezétek el a pénzt az ábrán!</i></p>		Melléklet 2A-2B	Ha megoldották a feladatot a gyerekek, megbeszéljük velük a megoldást (Melléklet 2B).

Idő	Tanári tevékenység – rögzítésre kerülő ismeretek	Tevékenység – munkaforma	Eszköz	Megjegyzések
7 perc (15 perc)	<p><i>T: Most vizsgáljuk meg, hogy mi a helyzet a tévécsatornákkal, videómegosztókkal, videójátékokkal! Értelmezzük közösen a következő ábrát!</i></p> <p>Magyarázat: Melléklet 3B</p> <p><i>T: Miért vannak ezek ingyen? Miért nem mennek csődbe ezek a cégek, ha Julcsi nem fizet nekik? Akkor honnan van pénzük újabb és újabb tartalmat gyártani? Miből fizetik ki azt a sok szakembert, aki nekik dolgozik?</i></p> <p><i>D: Valahonnan máshonnan kapnak pénzt ezek a cégek.</i></p>		Melléklet 3A és 3B	<p>Fogalom: <u>Videómegosztó</u>: olyan internetes felület, amelyre az emberek feltölthetik a videóikat, ha regisztrálnak és elfogadják annak működési szabályait.</p> <p>A gyerekeket arra kell rávezetni, hogy az, hogy Julcsi nem fizet, nem jelenti azt, hogy más sem fizet ezeknek a cégeknek. A kérdés tehát az, hogy ki és miért fizet Julcsi helyett?</p>
5 perc (20 perc)	<p><i>T: Van-e valakinek ötlete, hogy ki lehet az, aki Julcsi helyett hajlandó fizetni, és mi az oka erre?</i></p> <p>Ha a gyerekeknek esetleg vannak jó meglátásaik, akkor azokra építve is továbbhaladhatunk, de valószínűbb, hogy nem lesznek felvetéseik.</p> <p><i>T: A következő ábra segíteni fog! Miről lehet itt szó?</i></p> <p>Magyarázat: Melléklet 4B</p> <p><i>D: A szépségipari vállalat szeretne minél több embert rávenni arra, hogy vegye meg a samponját, mert akkor sokkal több bevétele lenne, de úgy tűnik, hogy ez csak a vállalat terve, még nem tudta elérni, hogy sokan vásárolják meg a samponját, ezt mutatja a halvány nyíl és a halvány pénzkupac.</i></p> <p><i>T: Mit gondoltok, hogyan érhetné el a szépségipari vállalat, hogy többen vegyék meg a samponját?</i></p> <p><i>Hogyan tudná az embereknek elmondani, hogy létezik ez a sampon? Hogyan tudná rávenni őket, hogy megvegyék a terméküket?</i></p> <p><i>D: Reklámot kellene készíteniük a samponról, és ezt a reklámot olyan helyen kellene mutatni, ahol sokan látják.</i></p> <p><i>T: Hol láthatják sokan a reklámot?</i></p> <p><i>D: Videóban, játékban.</i></p>		Melléklet 4A és 4B	<p>Fogalom: <u>Reklám</u>: olyan üzenet, amelyik valaminek a megvételére akar rávenni.</p> <p><u>Médium</u>: a média világában működő televíziók, rádiók, újságok, plakátok, könyvek, internetes felületek közös neve.</p> <p><u>Média</u>: A médiumok összessége. A média tartalmakat állít elő: a filmet, amelyet nézel, a zenét, amelyet hallgatsz, a videójátékot, amellyel játszol, a könyvet és az újságot, amelyet olvasol. Ezek ugyanúgy áruk, mint a társasjáték, a póló vagy a sampon.</p> <p>Rávezető, segítő kérdések lehetnek:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Miért halvány az egyik nyíl és az egyik pénzkupac?</i> - <i>Miért van ott az a sok ember?</i> - <i>Miért olyan sokszínűek azok az emberek?</i>

Idő	Tanári tevékenység – rögzítésre kerülő ismeretek	Tevékenység – munkaforma	Eszköz	Megjegyzések
6 perc (26 perc)	<p><i>T: Nézzük végig a folyamatot a következő ábrán! Magyarázat: Melléklet 5B</i></p> <p><i>T: A szépségipari vállalat nem fizetne a médiavállalatoknak, ha az emberek nem látnák a reklámjukat. Hogyan garantálják a médiavállalatok, hogy az emberek megnézzék a reklámot? D: A tévék a filmekbe, showműsorokba, sorozatokba teszik bele, ezért muszáj megnézni (ha nem is az összes reklámot), ha a néző nem akar lemaradni a folytatásról. Például a showműsorokban olyan pillanatban jön a reklámblokk, amikor valami fontos bejelentés következik: ki jutott tovább, ki nyerte meg stb. A videómegosztókon a reklámokat muszáj megnézni, sok esetben a teljes reklámot, 5 másodpercet viszont mindig, addig nem lehet továbblépni a videóra. A videójátékokban előnyöket (pénzt, felszerelést, nyersanyagot) adnak a játékosnak cserébe, így veszik rá, hogy nézze meg a reklámokat.</i></p>		Melléklet 5A és 5B	<p>Fogalom: <u>Célcsoport</u>: azok az emberek, akiknek a gyártó el akarja adni a terméket, akiket a reklámozó meg akar győzni.</p> <p>Kik dolgoznak egy showműsoron, miért és hogyan kerül bele reklám: <u>Eligazító</u>: showbiznisz Tillával és „Tanulom magam” Attissal</p>
8 perc (34 perc)	<p>IV. ÖSSZEFOGLALÁS <i>T: Arra vállalkoztunk az óra elején, hogy segítünk Julcsinak megválaszolni azt a kérdést, hogy miért kell fizetni a samponért és miért nem kell a tévészért, a Youtube-ért és a videójátékokért. Mit mondanátok Julcsinak? D: A nagy cégek, mint például egy sampongyártó vállalat, reklámokat készíttetnek, és ezeket pénzért beleszerelik a médiatartalmakba. A tévécsatornák, videómegosztók, játékfejlesztők a tartalmaikba fektetett pénzt így kapják vissza, ezért az embereknek ingyen tudják adni ezeket a tartalmakat.</i></p>			

Idő	Tanári tevékenység – rögzítésre kerülő ismeretek	Tevékenység – munkaforma	Eszköz	Megjegyzések
	<p><i>T: Igaza van Julcsinak, amikor azt gondolja, hogy ingyen játszhat?</i></p> <p><i>D: Nincs, mert pénzt valóban nem kell adnia a játékért, a videó- vagy a tévénézésért, de az idejét és a figyelmét mégiscsak rászánja, hiszen muszáj reklámokat néznie. Jó tudni, hogy ezek a tartalmak sincsenek ingyen, csak Julcsi helyett valaki más fizet értük. A nagy cégek éppen azért vállalják át az emberek helyett ezeket a kiadásokat a tartalomgyártó cégek felé, hogy cserébe sokan megnézzék a reklámjukat, vagyis nem önzetlenül vállalják magukra a költségeket.</i></p> <p><i>T: Mi a helyzet akkor, ha Julcsi nem szeretné az idejét reklámok megnézésével tölteni?</i></p> <p><i>D: Akkor fizetnie kell a játékért, mert akkor nem lesznek benne reklámok.</i></p> <p><i>T: Nézzük meg összefoglalásként a következő ábrát! Látjátok, hogy a különféle médiatartalmak elérhetőek „ingyenes” formában, azaz úgy, hogy reklámok vannak bennük, és fizetős formában is. Tudnátok konkrét példákat mondani olyan lehetőségre, amikor a pénzünkért cserébe nem kell reklámokat néznünk?</i></p> <p><i>D: A tévék* közül ilyen fizetős csatorna például az HBO vagy a Cinemax. Ott is van reklám, de nem szakítja meg a filmet, és ez igaz a mozikra is: ha nem szeretnénk, hogy reklámblokkok szabdadják részekre a filmet, akkor elmehetünk moziba is, ahová természetesen csak akkor engednek be, ha megvesszük a jegyet. Az internetes videómegosztók közül a Youtube Premium kínálja azt a lehetőséget, hogy havidijért cserébe nem tesz reklámokat a videókba, de ilyen az HBO Go, a Netflix vagy a Disney+ is. A videójátékok közül az összes dobozos játék fizetős, de a nagy konzolgyártók kínálatában is sok a letölthető, fizetős játék, ha ingyen is elérhető valami, azt jelölik. (Általában ezekben a játékokban már vagy reklám vagy pénzköltési kényszer van.)</i></p>		Melléklet 6A-6B 7A	<p>* Csak a szabadon fogható televíziócsatornák ingyenesek, jelenleg 12 ilyen csatorna van. (https://www.ahrt.hu/hu/televizio)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Javaslat megbeszélésre (Melléklet 6A) – „Ingyen van” témához kép (Melléklet 6B) <p>Ha van rá idő, és a gyerekeket érdekli, akkor különbséget tehetünk a videómegosztót működtető cég, és a videómegosztóra tartalmat feltöltő felhasználók között is. (Melléklet 7A)</p>

Idő	Tanári tevékenység – rögzítésre kerülő ismeretek	Tevékenység – munkaforma	Eszköz	Megjegyzések
7 perc (41 perc)	A tanulságok megfogalmazása.	Tanári magyarázat	Melléklet 8A és 8B	A tanulságokat összefoglalja a Melléklet 8A-B
1 perc (42 perc)	V. HÁZI FELADAT T: Nézzétek meg ezeket a videókat, és vessétek össze azzal, amit ezen az órán megbeszéltünk! Jegyezzétek meg, hogy a videók melyik része kapcsolódik a ma tanultakhoz, hogy meg tudjátok mutatni a többieknek is! Csak a legfontosabb két-három részt válasszátok ki!		Melléklet 9	Érdeemes a videókat megnézni, hogy kell-e a gyerekeknek segítség az értelmezésükhöz vagy önállóan is boldogulnak (esetleg lehet csoportmunkát kérni, bár annak megvalósítása házi feladat esetében nehezebb, mint az órai munka közben). videók: Eligazító: influenzazerek Viszkok Fruzsival Eligazító: showbiznisz Tillával és „Tanulom magam” Attissal VAGY Ha az órán nem került szóba az az alternatív téma, hogy a youtuberek, influenzazerek hogyan reklámoznak termékeket, szolgáltatásokat a tartalmaikban, akkor lehet házi feladat a Melléklet 9 .
2-3 perc (45 perc)	V. AZ ÓRA ZÁRÁSA T: Mi volt számotokra a legérdekesebb a mai órán? Mit tanultatok meg a feladatokból? Mit gondoltok most, az óra végén: a reklám a barátunk?	Egyéni munka		

Mellékletek

Melléklet 1A – Julcsi története



Julcsiék most költöztek Győrbe, mert a szülei ott kaptak munkát. Egy társasház negyedik emeletén fognak lakni, Julcsi imádja, hogy az új szobája ablakából messzire ellát. A költözködés még nem fejeződött be: a bútoraik és a fontosabb eszközök, mint a mikrohullámú sütő, a mosógép, a hűtő és a tévé már a helyükön vannak és működnek, de az apróbb, kevésbé fontos eszközök csak pár nap múlva érkeznek egy kisteherautóval.

Julcsi legnagyobb bánatára az összes holmija, a játékaik, könyvei, rajzeszközei is ezzel a teherautóval érkeznek majd, így a bútorokon kívül üres a szobája, csak a ruhái vannak a szekrényben. Még jó, hogy a telefonja nála van.

Éppen elkezdődött az őszi szünet, de lehetetlen kimozdulni, mert napok óta szakad az eső. Julcsi nagyon unatkozik az üres szobában, ezért kitalálta, hogy megmossa a haját, aztán csinál magának egy új frizurát. Csakhogy szomorúan vette észre, hogy a kedvenc samponja is a még szállításra váró holmik közt maradt. Arra gondolt, hogy vesz egy új sampont, de a kis ládikája, amelyben a zsebpénzét gyűjtötte, szintén a kisteherautóval érkezik majd.

Melléklet 1B – Julcsi története (javaslat megbeszélésre)



Az óra célja az, hogy a tévécsatornákról, az internetes videós tartalmakról és a videójátékokról beszéljünk majd a gyerekekkel, ezért terelgessük őket úgy a beszélgetés során, hogy ingyenes és szórakoztató, benti tevékenységet találjanak ki Julcsinak. Ezért nincsenek még a szobájában a könyvei és a játékaik, ezek így nem jöhetnek szóba. Játsszóterre az eső miatt nem mehet. Ha a gyerekek arra biztatnák Julcsit, hogy valamelyik közösségi oldalon töltsse el a szabadidejét, akkor mondjuk azt, hogy a kép alapján Julcsi velük egyidős, kilencéves, ezért a szülei még nem engedték meg neki, hogy regisztráljon ilyen oldalakra.

Ha a gyerekek azt vetik fel, hogy nézzen filmet Julcsi az interneten, akkor érdemes ezt a lehetőséget azzal az indokkal elvetni, hogy Julcsi nem szeret a telefonja kicsi képernyőjén filmet nézni. Ugyanis filmeket az interneten ingyen és jogtiszta módon nagyon ritkán lehet nézni (pl.: amikor a Mindenki című kisfilm Oscar-díjat nyert, akkor két hétig bárki számára elérhető volt). Ha ingyenes egy film, akkor ott valószínűleg valamilyen szerzőjog-sértés történt. Erre az óra végén még visszatérünk.

Melléklet 1C – kép Julcsiról



Melléklet 2A – A gazdaság működéséről egy ábra (tanulói példány)



Szépségipari vállalat



Melléklet 2B – A gazdaság működéséről egy ábra (megoldás és magyarázat) ↑↑

Szépségipari vállalat



Magyarázat:

A szépségipari vállalat pénzt ad az alapanyagokért és megfizeti a szakembereit, akik előállítják a sampont.

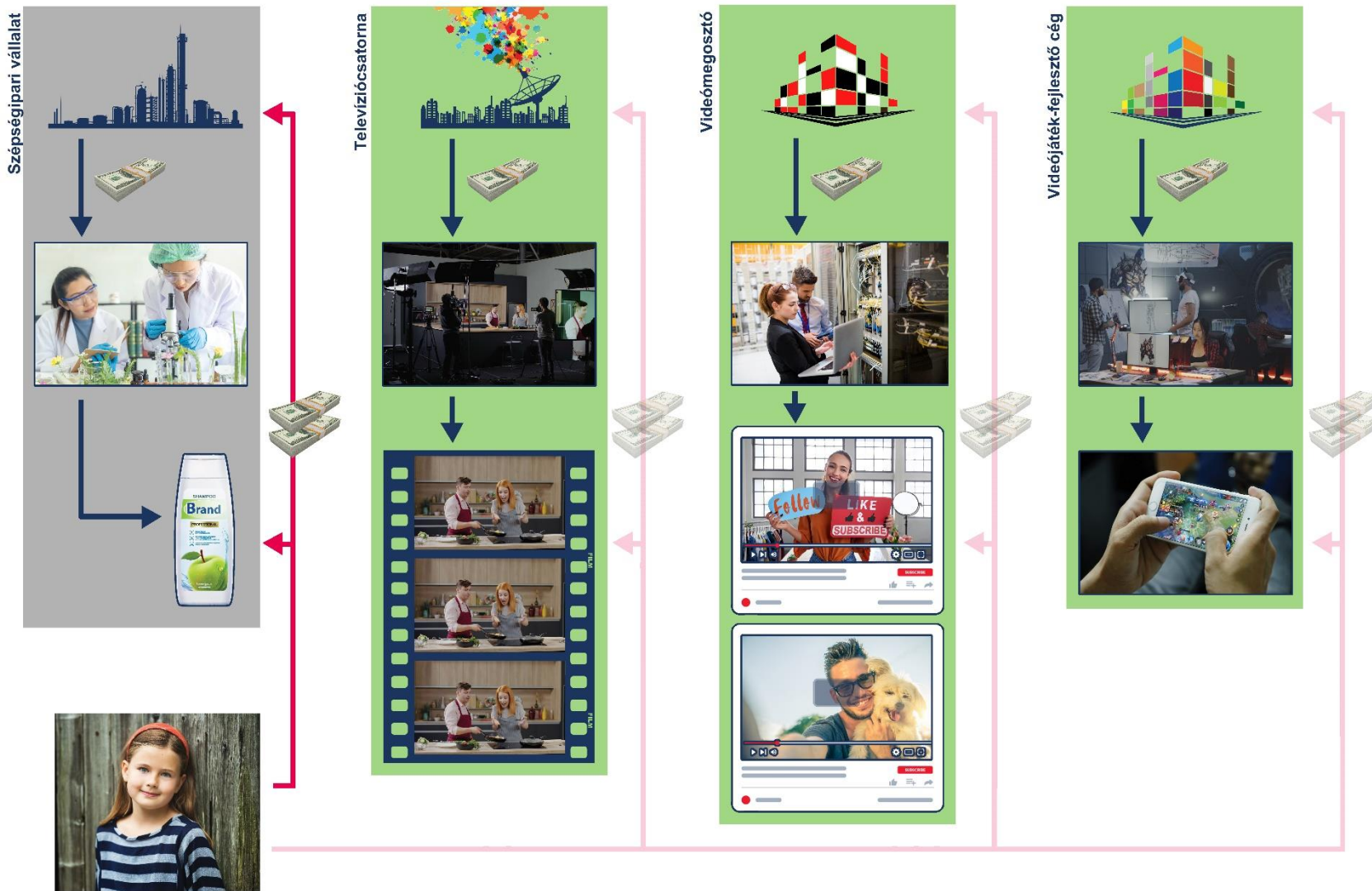
A szakemberek természetesen nem fizetnek a sampon előállításáért, a munkájukkal járulnak hozzá a termék létrejöttéhez.

Ha Julcsi szeretné a sampont megvenni, akkor nem a samponos doboznak fizet, hanem a gyártónak (áttételesen, a bolton keresztül, de mégiscsak a vállalat kapja meg a pénzt).

Ha Julcsi kevesebbet fizetne, mint amennyi egy doboz sampon előállításának a költsége, akkor a vállalat csődbe menne, mert előbb-utóbb nem lenne annyi pénze, hogy megvegye az alapanyagokat és kifizesse a dolgozókat.



Melléklet 3A – Problémafelvetés



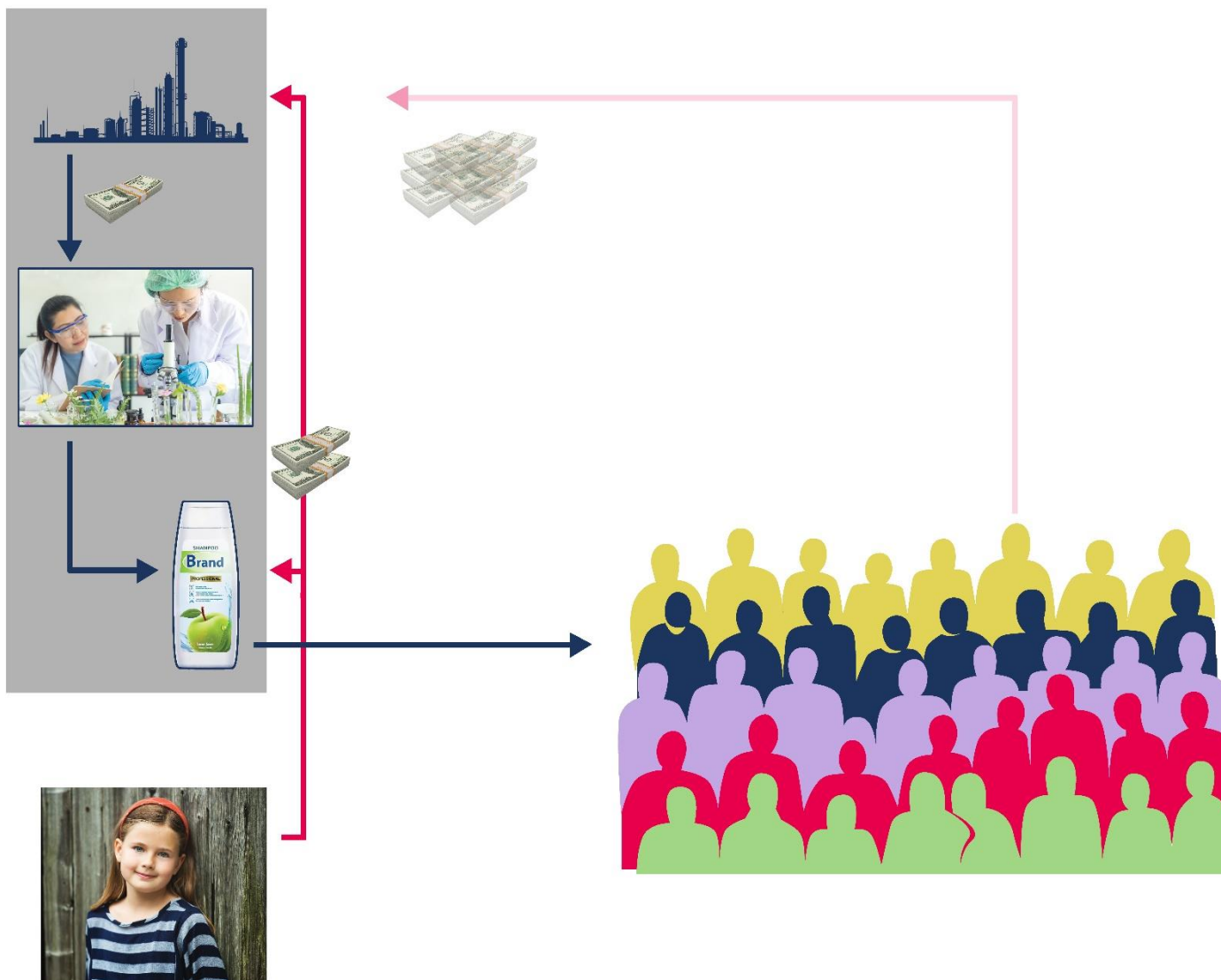
Melléklet 3B – Problémafelvetés (magyarázat)



A tévécsatorna megfizet szereplőket és szakembereket (kreatív szakembereket, díszlettervezőket, operatőröket, hangmérnököket rendezőt, sminkest stb.), akik elkészítenek egy műsort, ebben az esetben egy főzőműsort. A videómegosztók fizetnek a szerverekért, számítógépekért, egyéb technikai eszközökért, illetve fizetnek informatikusokat, rendszergazdákat, szoftvermérnököket, akik működtetik és ellenőrzik a videómegosztó internetes felületét. Erre a felületre tölthetik fel az emberek a videóikat. A videójáték-fejlesztő cég fizet a számítógépekért, szoftverekért, egyéb technikai eszközökért, és fizet szakembereknek (történetíróknak, grafikusoknak, zeneszerzőknek, programozóknak) is, akik elkészítik a játékot.

A közös mindháromban az, hogy a tartalom a gyártónak pénzbe kerül, ahogyan a szépségipari vállalatnak is a sampon előállítására. Ezért is furcsa, hogy a samponért fizetni kell, a tévéért, az internetes videónézésért és a játékért viszont nem. Az ábra is azt mutatja, hogy a folyamatot végiggondolva Julcsinak a tévéműsorért, a videónézésért és a telefonos játékért is fizetnie kellene.

Melléklet 4A – Nagyobb bevétel



Melléklet 4B – Nagyobb bevétel (magyarázat)



A szépségipari vállalatnak az lenne jó, ha Julcsin kívül még nagyon sokan megvennék a samponját. Ha sokan veszik meg, akkor sokkal több pénzt fog keresni a vállalat.

A halvány nyíl azt jelenti, hogy nem biztos, hogy az emberek sampont akarnak venni, vagy nem biztos, hogy tudnak arról, hogy ez a sampon létezik. Éppen ezért halvány a pénzkupac is, mert az, hogy sok ember sok pénzt fizessen a samponért, egyelőre csak egy lehetőség, amit a szépségipari vállalat célként tűzött ki.

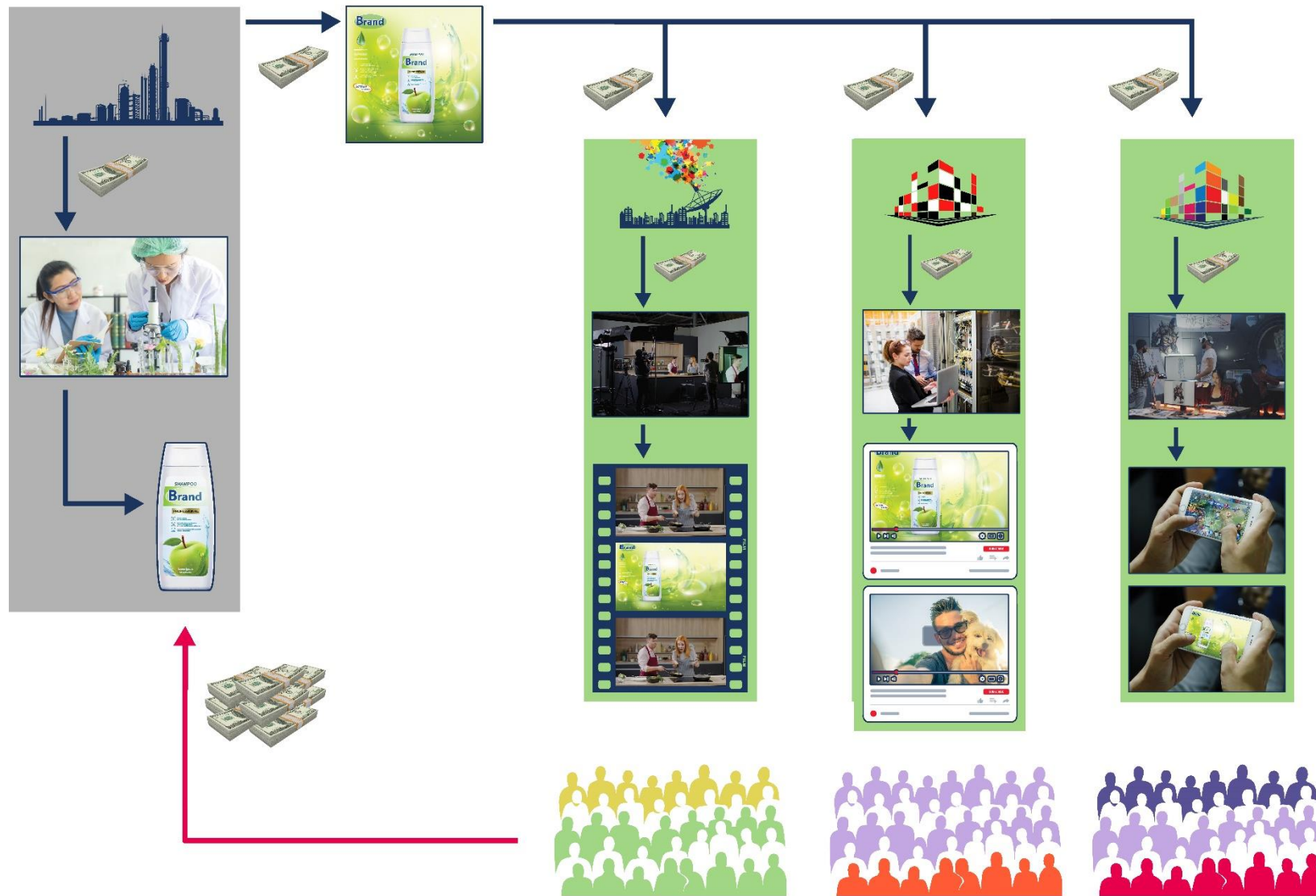
A sok ember azt jeleníti meg, hogy minél több a vásárló, annál nagyobb lesz a pénzkupac, annál több pénzt kereshet a vállalat.

Az emberek sokszínűsége azt jeleníti meg, hogy minél többféle embernek (fiatal, idős, nő, férfi, hosszú hajú, rövid hajú stb.) sikerül eladni a sampont, annál nagyobb lesz a bevétel.

T: Hol láthatják sokan a reklámot?

Az emberek általában a szórakoztató tartalmakat nézik, ezért ilyen tartalomba érdemes a reklámot tenni. A szórakozást a legszélesebb körben és a legkönnyebben hozzáférhetően a média nyújtja, a médián belül is a legfontosabb médiumok az internet, a tévé- és rádiócsatornák, a legszórakoztatóbb műfajok a filmek, showműsorok, sorozatok, videók, játékok.

Melléklet 5A – A samponreklám útja



Melléklet 5B – A samponreklám útja (magyarázat)



A szépségipari vállalat már nemcsak a sampon előállítására költ, hanem készített egy reklámot is. Ezt a reklámot belerakítja a tévécsatornák műsoraiba, a videómegosztó oldalon látható videókba és a telefonra letölthető játékokba. Ezért fizet a tévécsatornának, a videómegosztót működtető és a játékszoftvereket fejlesztő cégnek. Ezek a vállalatok ezért tudják ingyen adni az általuk gyártott tartalmat az embereknek. A szépségipari vállalat így sok emberhez tudja eljuttatni azt az üzenetet, hogy vegyék meg a samponját, és ha jó a termék és a reklámja, akkor egyre több sampont tud majd eladni, és nőni fog a bevétele. Minél többféle felületen reklámoz, annál többféle embert fog elérni, mert másféle emberek fogyasztják a különböző médiatartalmakat: a tévéműsorokat inkább az idősebbek nézik, míg a videómegosztókat a fiatalabbak, és több fiú játszik videójátékokat, mint lány, azaz más a célcsoportja a különböző médiumoknak.

Melléklet 6A – Ingyen van (javaslat megbeszélésre)



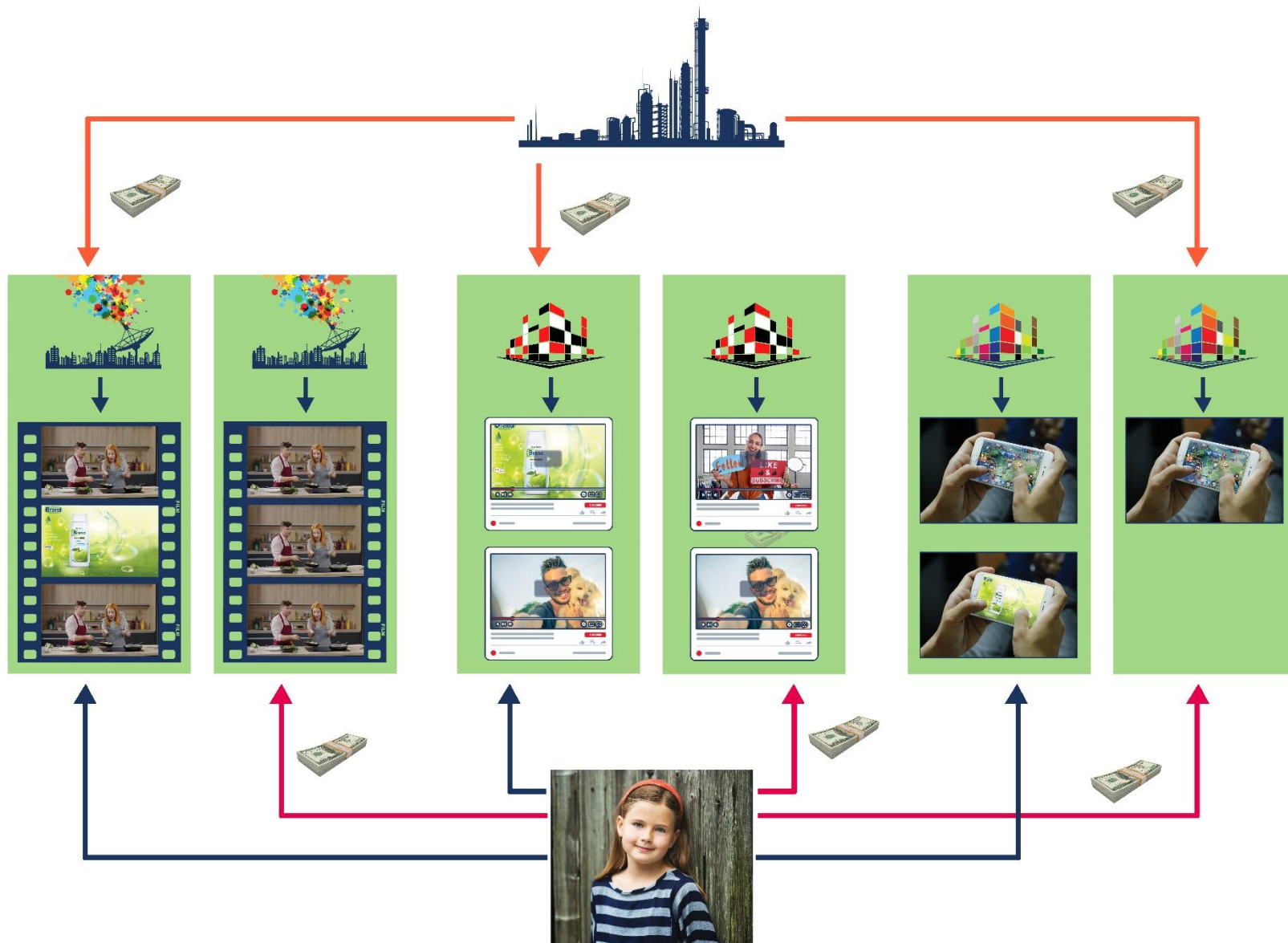
A fizetős csatornákat csomagban kínálják a szolgáltatók, és olyan minimális az egy csatornára eső havidíj, hogy az egyszerűség kedvéért az összes csatornára vonatkoztathatjuk az ingyenességet. Egyetlen csatorna sem tudna megélni csupán a nézők előfizetéseiből neki járó részből.

A mozikban is vannak reklámok a filmek előtt, a pénzünkért cserébe a filmélmény folyamatosságát kapjuk. Természetesen fontos a termékelhelyezés is a filmekben, mint a reklám egyik formája, de ez általában nem olyan tovakodó, mint a reklámblokkok, a gyerekek valószínűleg fel sem figyelnek rá. Ha mégis szóba kerül, az fontos különbség, hogy a termékelhelyezés nem követeli az időnket (és a figyelmünket), mert a tartalom szerves részévé válik. Mivel ez bonyolultabb és rejtettebb működési mechanizmus, ezen az órán nem javasoljuk elemezni, mindamellert fontos, megkerülhetetlen formája a reklámnak.

Háttéranyag a tájékozódáshoz:

[Hollywood megtanít vásárolni: termékelhelyezés a filmekben](#)

Melléklet 6B – Ingyen van (javaslat megbeszélésre)



Melléklet 7A – Különbség videómegosztó cég és feltöltő között (magyarázat) ↑↑

A youtubereknek is pénzbe kerül a videók elkészítése, meg kell venniük a technikai eszközöket, és amíg a videóikat készítik, nem tudnak mással foglalkozni, azaz nem tudnak dolgozni, viszont a villanyszámlát, fűtést, élelmiszereket stb. nekik is ki kell fizetni a boltban. Kapnak részesedést a videómegosztó bevételeiből, ha nézettek a videóik, de jobban járnak, ha közvetlenül a reklámozóval kötnek szerződést, és a mi példánkat véve a sampon is témává válik a videóban. Ennek a folyamatnak az a veszélye, hogy bár a youtubereket, influenszereket általában hitelesnek tartják az emberek, de a sampongyártó vállalat pénzéért cserébe előfordulhat, hogy olyasmit is mondanak a samponról, amit maguktól nem mondanának. A komoly youtuberek nagyon vigyáznak a hitelességükre, hiszen pont az őszinteségüket szeretik az embererek, de vannak, akiknek a pénzkereset az elsődleges szempont.

Fontos tudni, hogy ha egy youtuber reklámoz valamit a videójában, ezt a tényt egyértelműen jeleznie kell, hogy a videót megnézők is tudják, hogy fizetett tartalmat néznek.

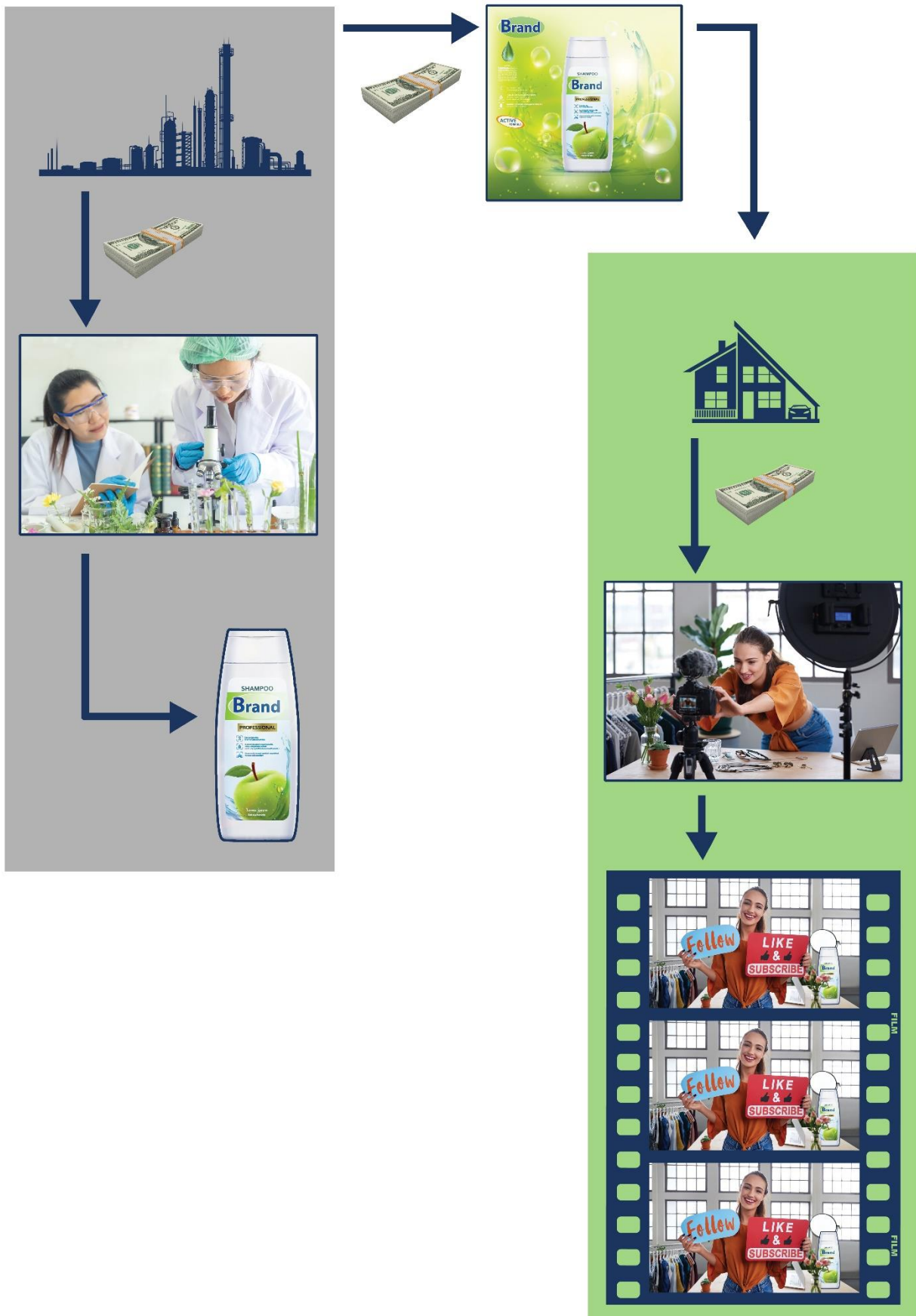
A megbeszéléshez a [Melléklet 7B](#), és a [Melléklet 7C](#) nyújt segítséget.

További segítség és háttérinformációk: [Eligazító: influenszerek Viszkok Fruzsival](#)

Melléklet 7B – Youtuber



Melléklet 7C – Youtube-reklám



Melléklet 8A – A reklámok szerepe a tartalomgyártásban



A reklámok szerepe a tartalomgyártásban

- a tartalom pénzbe kerül
- a kérdés mindig az, hogy ki fizet érte
- ha valaki helyettünk fizet, azért cserébe vár valamit, általában azt, hogy megnézzük a reklámját
- vagy a pénzünkkel vagy az időnkkel fizetünk a tartalmakért
- ha reklámok nélküli tartalmat szeretnénk, fizetnünk kell érte
- a reklámok nélküli, ingyenesen kínált tartalmak mindig gyanúsak
- általában nem szeretjük a reklámokat, de hozzájárulnak ahhoz, hogy több és jobb tartalom készüljön, és olyanok is hozzáférjenek ezekhez a tartalmakhoz, akiknek nem lenne rá pénzük.

Melléklet 8B – A reklámok szerepe a tartalomgyártásban



A médiában megjelenő tartalmak elkészítéséhez sok eszköz és szakember kell, ezért ezek a tartalmak pénzbe kerülnek a gyártónak.

Valakinek fizetnie kell a tartalomért, különben a gyártók nem kapnák vissza a befektetett pénzt, és csődbe mennének.

A kérdés tehát nem az, hogy kell-e fizetni a tartalomért, hanem az, hogy ki fizet.

Ha valaki helyettünk fizet, hogy videókat, showműsorokat nézhessünk, játszhassunk, akkor biztos, hogy cserébe vár valamit, mégpedig azt, hogy ismerkedjünk meg a termékével, azaz meg kell néznünk a reklámját (ha hatásos a reklám, akkor pedig meg is veszünk egy-egy terméket).*

A tartalomfogyasztók, azaz a mi szemszögünkből nézve két lehetőségünk van. Az egyik az, hogy az időnk (és a figyelmünket) adjuk a tartalmakért cserébe*, hiszen végig kell néznünk a reklámokat. A másik lehetőség, hogy pénzt adunk, és reklámok nélkül kapjuk meg a tartalmakat, azaz nem viszik el az időnk egy (akár jelentős) részét a reklámok.

A tartalomgyártás logikáját ismerve mindig gyanakodni kell, ha reklámok nélküli, ingyenes tartalmat kínálnak nekünk, főleg az interneten. Ez valószínűleg azt jelenti, hogy valaki „ellopta” az adott tartalmat (filmet, zenét, játékot), ezért tudja ingyen kínálni. Az ilyesmi a szerzői jog megsértésének minősül, és büntetik.

Általában nem szeretjük a reklámokat, de ha figyelembe vesszük azt, hogy hozzájárulnak ahhoz, hogy több médiatartalom készüljön, amelyekhez az is hozzáférhet, akinek az anyagi lehetőségei nem tennék lehetővé, hogy megfizesse ezeket a tartalmakat, akkor a reklámok megítélése is más lesz.

* Természetesen a reklámok hatására sok mindent meg is veszünk, tehát nem a tartalomért fizetünk, hanem azért a termékért, amelyet reklámoztak benne, így pénzt is költünk.

Melléklet 9 – Alternatív házi feladat



T: Arról beszéltünk az órán, hogy a nagy videómegosztók hogyan tartják fent magukat a reklámokból, hogy cserébe ingyen kínálhassák az embereknek a videók feltöltésének, megtekintésének a lehetőségét. De mi a helyzet a videókat készítő emberekkel? Ha valaki nagyon sok videót készít, akkor nincs ideje mással foglalkozni. Ők vajon miből élnek, hiszen a videóikat ingyen nézhetjük meg, és a videóikba kerülő reklámokból szerzett bevétel nagyrészt a videómegosztót működtető céghez kerül.

A házi feladat az lesz, hogy ezen gondolkodjatok, kíváncsi vagyok, rájöttek-e, hogyan tesznek szert bevételre a youtuberek.

Segítségül kaptok egy ábrát, illetve segíteni fog ez a videó:

kép: [Melléklet 7B](#)

videó: [Eligazító: influenszerek Viszkok Fruzsival](#)

kép magyarázata: [Melléklet 7C](#)