

Oprzeć się reklamie

WIEDZA W PIGUŁCE

Reklama służy przekonaniu cię do kupienia produktu. W tym celu odwołuje się do różnych rzeczy, które dobrze ci się kojarzą albo które chcesz zdobyć. Np. reklamy słodczych przedstawiają grupy radośnie bawiących się dzieci. Oglądając je, można pomyśleć: „Fajnie byłoby mieć taką grupę przyjaciół! Ale wesoło!”. Reklama zdaje się obiecywać, że przedstawiona wizja stanie się rzeczywistością, jeśli tylko kupisz produkt.

Rzeczy, które wydają się nam dobre lub atrakcyjne, nazywamy wartościami. To np. szczęście, radość, posiadanie wielu kolegów, bycie zdrowym.

Jeśli odkryjesz, na jakie wartości powołuje się reklama, nie dasz się już nabrać. Przecież przez to, że zjesz dany batonik, nie zmieni się twoje życie!

Jak zdemaskować reklamę?

1. Przyjrzyj się, jak wygląda. Jakie są kolory, ujęcia, tło dźwiękowe? Jaki nastrój (np. powagi czy zabawy) wywołuje całość?
2. O czym opowiada przedstawiona historyjka? Jacy są bohaterowie, którzy korzystają z reklamowanego produktu?
3. Kto przedstawia ci produkt i dlaczego wydaje się godny zaufania? (Np. lekarz mówiący o skuteczności leku — ponieważ zna się na lekach; nastolatek mówiący o napoju — ponieważ jest taki jak ty albo dlatego, że chcesz być taki jak on.)
4. Za pomocą jakich określeń przedstawiany jest produkt? (Np. świetny, najskuteczniejszy, innowacyjny.)
5. Zbierz swoje przemyślenia. Które wartości są najważniejsze w przekazie? Do jakiego odbiorcy przemówiłby ten materiał?

ZADANIA SPRAWDZAJĄCE

Zadanie 1.

Przyporządkuj do kategorii, biorąc pod uwagę, do jakich wartości odwołują się poniższe hasła reklamowe.

Kategorie:

- zdrowie
- bezpieczeństwo
- dobra zabawa
- miłość w rodzinie

Elementy do przyporządkowania:

- Z płatkami czekoladowymi „Misiaczek” twoja rodzina radośnie zacznie dzień!
- Kup rower górski, a przeżyjesz niezapomniane wrażenia na szlakach. Góry czekają właśnie na ciebie!

- Z odblaskami firmy „Lux” twoje dziecko jest bezpieczne na drodze!
- Żelki zjadamy, dobry humor mamy!
- Pasta „Czyszcioszek” chroni ciebie i twoją rodzinę przed niebezpiecznymi bakteriami.
- Konflikty z rodzicami? Dzieci są nieznośne? Urlop w Jastarni pomoże całej rodzinie odpocząć i dobrze się bawić.

SŁOWNICZEK

- **przekaz medialny:** treści przekazywane przez media
- **wartość:** coś, co jest cenne i dobre

Tekst: Urszula Dobrowolska, scenariusz: Anna Buchner, konsultacja merytoryczna: Marcin Wilkowski. Materiał pochodzi z serwisu edukacjamedialna.edu.pl prowadzonego przez Fundację Nowoczesna Polska.

Udostępniono na licencji [Creative Commons Uznanie autorstwa - Na tych samych warunkach 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/).

Źródło: <http://edukacjamedialna.edu.pl/lekcje/oprzec-sie-reklamie/>.

Publikacja dofinansowana ze środków Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Podstawa programowa:

Język polski, II poziom edukacyjny

Cele kształcenia

Odbiór wypowiedzi i wykorzystanie zawartych w nich informacji

Treści nauczania

Uczeń identyfikuje wypowiedź jako tekst informacyjny, literacki, reklamowy;

Odbiór wypowiedzi i wykorzystanie zawartych w nich informacji.

Podstawa programowa 2017:

Język polski, IV-VI klasa

Treści nauczania

Uczeń wyszukuje w tekście informacje wyrażone wprost i pośrednio.

Uczeń określa temat i główną myśl tekstu.

Uczeń odróżnia informacje o faktach od opinii.

Uczeń identyfikuje tekst jako komunikat; rozróżnia typy komunikatu: informacyjny, literacki, reklamowy, ikonizujący.

Uczeń rozróżnia argumenty odnoszące się do faktów i logiki oraz odwołujące się do emocji.

Uczeń rozwija umiejętność krytycznej oceny pozyskanych informacji.

Wiedza o społeczeństwie, IV-VIII klasa

Treści nauczania

Uczeń przedstawia funkcje reklamy i krytycznie analizuje wybrany przekaz reklamowy.