

Reklamo pokaz się!

WIEDZA W PIGUŁCE

Dlaczego w telewizji, radiu i gazetach reklamy są zapowiadane lub opisywane? Przecież tak jak w filmach grają w nich aktorzy, a te w gazetach wyglądają jak artykuły i zdjęcia. A jednak różnią się bardzo od innych informacji. Reklamy nie tylko informują, lecz także nakłaniają do zakupu konkretnej rzeczy. Dlatego są oddzielane od innych wiadomości i audycji.

Pamiętaj, że np. ekrany z nazwami firm na meczach lub banery na festiwalach, parasole z logotypami w kawiarniach, pojawienie się konkretnego produktu lub nazwy firmy w filmie, książce itd., programy telewizyjne oferujące zakupy — to też reklamy.

ZADANIA SPRAWDZAJĄCE

Zadanie 1.

Zaznacz, które z poniższych przykładów to reklamy (test wielokrotnego wyboru)

- ☐ baner z mężczyzną w garniturze danej firmy na ulicy
- ☐ artykuł porównujący 4 najnowsze samochody, które weszły na rynek
- ☐ wybrane linki do określonych stron w serwisie informacyjnym
- ☐ parasol z logotypem firmy w kawiarni
- ☐ program dokumentalny o produkcji mleka
- ☐ produkt danej firmy pojawiający się w serialu
- ☐ program telewizyjny oferujący zakupy
- ☐ artykuł na blogu o najnowszych grach logicznych

SŁOWNICZEK

- **perswazja**: przekonywanie, namawianie do czegoś

Tekst: Joanna Ruta Baranowska, scenariusz: Weronika Paszewska, konsultacja merytoryczna: Dorota Głowacka.
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/reklamo-pokaz-sie/>.

Publikacja dofinansowana ze środków Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Podstawa programowa:

2012/II/HISTORIA_I_SPOLECZENSTWO/c4

2012/II/HISTORIA_I_SPOLECZENSTWO/t1

2012/II/HISTORIA_I_SPOLECZENSTWO/t4

2012/II/HISTORIA_I_SPOLECZENSTWO/t5

2012/II/HISTORIA_I_SPOLECZENSTWO/t7

Podstawa programowa 2017:

Język polski, IV-VI klasa

Treści nauczania

Uczeń identyfikuje wypowiedź jako tekst informacyjny, publicystyczny lub reklamowy.

Uczeń wyszukuje w tekście informacje wyrażone wprost i pośrednio.

Uczeń określa temat i główną myśl tekstu.

Uczeń rozpoznaje słownictwo neutralne i wartościujące, rozumie ich funkcje w tekście.

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.