

Aktiivtöö. Osta! Osta!

Teema: meedia mõju.

Alateema: reklaamide olemus.

Õpitulemused. Õpilane:

- teab, mis on reklaami eesmärk, ja eristab erinevaid reklaamistrateegiaid.

Vajalikud materjalid. Töölehed; kommertsreklaamid, mis on soovitatavalt noortele suunatud, sh alkoholireklaamid (ajalehtedest või ajakirjadest); sotsiaalreklaamide klipid (internetist); õpetaja lisamaterjal.

Taust. Meediast saavad õpilased alkoholi ja tubaka tarvitamise kohta sageli soovivaid sõnumeid. Näiteks filmides on sagedasti näha kangelas rollis inimesi, kes on suitsetajad, alkoholireklaamides näeme lõbusaid ja põnevaid tegelasi alkoholi tarbimas. Meedia, sh reklaamide olemuse mõistmine suurendab õpilaste võimet surve ära tunda ja vajadusel sellele vastu seista.

Tunni sissejuhatus. Näidake valgustahvlile õpetajamaterjali slaidi erinevate brändilogodega. Paluge õpilastel iseseisvalt paberile kirjutada, milliste brändide logoga on tegu ja millega need ettevõtted tegelevad. Paluge õpilastel nimetada, milliseid brände, ettevõtteid ja nende tegevusalasid nad veel teavad.

Põhitegevused

1. Küsige õpilastelt, kas neil on näidatud brändide tooteid või on nad neid tarbinud. Kuidas on nad infot saanud nende toodete kohta, mida nad ise ei ole tarbinud? Juhtige arutelu tähelepanu sellele, et väga palju infot toodete kohta saame me reklaamidest.
2. Jagage õpilastele töölehed ja paberikandjal kommertsreklaamid. Paluge nende põhjal täita töölehed kas paaris või rühmas. Tehke üks näide koos läbi. Paluge õpilastel esitleda oma vastuseid ja arutlege ühiselt nende üle. Selgitage, et kõikide nende reklaamide eesmärk on toodet müüa.
3. Seejärel tutvustage õpilastele peamisi reklaamistrateegiaid (vt õpetaja lisamaterjal): supertegelase (nt multifilmikangelase) või kuulsuse arvamus, teaduslik tõendus, demonstratsioonid, nali/nauding/puhkus, populaarsus, õige tehing. Eraldi võiks välja tuua lastele suunatud reklaamides kasutatavad võtted: tasuta mängu kaasa andmine, sõnumi põimimine lastele tuttava laulu sisse jms.
4. Näidake õpilastele erinevate reklaamide klippe (vt õpetaja lisamaterjal, sama slaidi teine tulp) ning laske õpilastel arvata, millist võtet neis reklaamides kasutatakse. Slaidil on näited kõikide toodud reklaamivõtete kohta.
5. Vaadake uuesti õpilaste rühmatöodes analüüsitud reklaame ning arutage, milliseid võtteid on nendes kasutatud. Juhtige tähelepanu, et alkoholireklaamides esitatakse alkoholi sagedasti kui midagi väga toredat ja inimeste ellu rõõmu toovat, jättes kajastamata alkoholiga seonduvad riskid ja õnnetused.
6. Küsige õpilastelt, kas reklaamil võib olla ka mõni muu eesmärk kui toote müümine ja kasumi teenimine. Selgitage, et sotsiaalreklaamid edendavad ideid ja käitumist, mille eesmärk on ühiskondlik kasu, näit rahva tervis. Näidake paari sotsiaalreklaami klippi (vt õpetajamaterjal).
7. Koduseks projektiks leppige kokku üks toode, mida kõik hakkavad reklaamima. Laske paaridel, kolmikutel või rühmadel tõmmata loosiga endale strateegia, mida nad reklaamimiseks peavad

kasutama. Tehke õpilaste ja oma kooli võimaluste piires erineva esitusviisiga reklaame – paberil, kuuldemänguna esitatavaid (raadioreklaame) või filmiklippe. Järgmises tunnis paluge õpilastel oma projekte esitleda. Hea veebikeskkond ühispostri valmistamiseks nii, et õpilased saavad kasutada arvuteid eri kohtades, on www.padlet.com.

Põhisõnum. Rõhutage õpilastele, et kommertsreklaamide peamiseks eesmärgiks on toodet müüa. Selleks kasutatakse erinevaid strateegiaid ja mõjutamisvõtteid. Kui me teame, mis on reklaamide eesmärk ja kuidas need toimivad, siis mõistame, et meid tahetakse mõjutada, ning saame valida, kas tahame lasta ennast mõjutada või mitte.

Lõiminguvõimalused. Töö pakub võimalusi lõiminguks eesti keele (meedia), kunstiopetuse (reklaami kujundamine) ja inglise keelega (toote paigutuse reklaamklipp).



Kasutatud kirjandus

1. Federal Trade Commission. Lessons Plans (külastatud 08.03.2014)
http://www.admongo.gov/_pdf/curriculum/FTC-Lesson-Plans-Student-Worksheets.pdf.

Tööleht

Ülesanne 1. Täida tabel.

	Millise firma või organisatsiooni toodet või teenust reklaamitakse?	Millist toodet või teenust soovitab reklaam osta?	Mida lubab reklaam toote või teenuse kohta?
1.			
2.			
3.			

2. Vasta küsimustele.

Mille poolest need reklaamid sarnanevad?

.....

Mille poolest need reklaamid erinevad?

.....

Kas nõustud toote või teenuse reklaamijaga? Kas tema räägitav on tõsi? Põhjenda vastust.

.....

3. Kodune ülesanne.

Valmistage ise üks reklaam. Näited reklaamides kasutatavatest võtetest.

- Supertegelase (nt multifilmikangelase) või kuulsuse arvamus – keegi huvitav või tähtis tegelane soovitab või tarbib seda toodet.
- Teaduslik tõendus – väidetakse, et toote või teenuse toime on teaduslikult tõestatud.
- Demonstratsioonid – näidatakse, kuidas see toode toimib.
- Nali, nauding ja puhkus – toodet tarbides saab nalja, on tore olla, mõnus puhata.
- Populaarsus – toodet tarbides oled populaarne ja saad juurde sõpru.
- Õige tehing – kui praegu ostad, siis saad soodsa hinna või midagi tasuta juurde.