

## Scenariusz lekcji języka polskiego w klasie III gimnazjum

### Temat: Reklama – informacja, manipulacja czy kłamstwo?

#### Cele:

- wymienianie mediów, w których są zamieszczane reklamy,
- uświadomienie roli i miejsca reklamy społecznej w świecie informacji,
- znajomość pojęć: reklama, hasło reklamowe, manipulacja, perswazja
- badanie języka reklamy,
- dostrzeganie zalet i wad reklamy jako komunikatu perswazyjnego,
- odnalezienie przekazu zawartego w reklamie,
- samodzielne zbieranie informacji i prezentowanie tematu,
- budowanie świadomości odbioru komunikatu reklamowego,
- wypowiedzanie swojego sądu o reklamie we współczesnym świecie.

**Metody:** dyskusja, ankieta, burza mózgów

**Formy:** indywidualna, w parach, zbiorowa

**Środki dydaktyczne:** SŁOWNIK JĘZYKA POLSKIEGO, arkusz ksero z wypisanymi opiniami o reklamie, przykładowe reklamy wycięte z kolorowych czasopism, arkusze papieru i flamastry

#### Przebieg lekcji:

1. Wprowadzenie – burza mózgów: zapis na tablicy wszystkich skojarzeń związanych z pojęciem „reklama”.
2. Następnie nauczyciel prosi uczniów o samodzielne wyjaśnienie pojęcia „reklama” – potem odczytuje znaczenie pojęcia znalezionym w słowniku – następuje porównanie.
3. W kolejnej części lekcji uczniowie podają przykłady znanych im reklam i określają, gdzie są one zamieszczane (telewizja, radio, prasa, billboardy, w kinie przed właściwym filmem)
4. Następuje prezentacja i omówienie ankiety – kartki ksero z wypisanymi opiniami o reklamie:
  1. Podstawowa reguła biznesu reklamy głosi, że nieważne, co się sprzedaje – ważne, jak to się robi.
  2. Reklama nadaje wartość wszystkiemu, co składa się na nasz świat zewnętrzny, na naszą osobowość, wyznacza cele życiowe.
  3. Reklama to płatna forma propagowania towarów.
  4. Reklama pomaga zorientować się, jakie produkty znajdują się na rynku.
  5. Reklama nie służy interesom nabywców, lecz kreuje ich potrzeby.
  6. Dzięki reklamie wiemy, co powinniśmy kupować.Każdy uczeń stawia flamastrem kropkę przy tej opinii, którą uważa za najtrafniejszą. Opinie opatrzone największą liczbą kropek wskażą, jak większość uczniów postrzega reklamę: jako informację, manipulację czy kłamstwo.
5. W kolejnej części lekcji uczniowie pracują w parach, z których każda ma za zadanie dokonać opisu wylosowanej przez siebie reklamy, zwracając uwagę na wszystkie jej elementy:
  - a) kto jest nadawcą reklamy – jakie instytucje lub znane osoby firmują tę reklamę?
  - b) kto jest adresatem / do kogo jest skierowana?
  - c) treść reklamy (postacie – wiek, płeć, przestrzeń, uczucia i postawy, kompozycja – spokojna czy dynamiczna)
  - d) graficzna strona reklamy – kolory, światło, barwy (ciepłe czy zimne), treść napisu i jego umiejscowienie, kolor i wielkość czcionki
  - e) aluzje i skojarzenia (z motywami literackimi, kulturowymi)
  - f) jaką funkcję ma pełnić ta reklama / jakie wartości są przywoływane?
6. Prezentacja pracy w parach – uczniowie przedstawiają:
  - informację wstępną (czego dotyczy, co jest jej tematem, jakie są cechy rzucające się w oczy, na jakim pomysłe się opiera)
  - dokładny opis według podanych wskazówek
  - własną interpretację

## 7. Podsumowanie – wniosek końcowy.

Reklama jest skierowana do odbiorcy masowego, jej zadaniem jest zwrócenie uwagi na szczególnie istotny problem społeczny lub zagrożenie, a także promowanie dobrych wzorców. Przekazuje treści ważne społecznie i ma charakter edukacyjny. Odwołuje się do emocji, by nie pozostawić odbiorcy obojętnym.

## 8. Praca domowa

Znajdź trzy przykłady innych reklam i napisz w kilku zdaniach, jakie cele wyznaczili sobie ich twórcy.

KARTA KSERO

### **Postaw kropkę przy tej opinii, którą uważasz za najtrafniejszą.**

1. Podstawowa reguła biznesu reklamy głosi, że nieważne, co się sprzedaje – ważne, jak to się robi.
2. Reklama nadaje wartość wszystkiemu, co składa się na nasz świat zewnętrzny, na naszą osobowość, wyznacza cele życiowe.
3. Reklama to płatna forma propagowania towarów.
4. Reklama pomaga zorientować się, jakie produkty znajdują się na rynku.
5. Reklama nie służy interesom nabywców, lecz kreuje ich potrzeby.
6. Dzięki reklamie wiemy, co powinniśmy kupować.

### **Postaw kropkę przy tej opinii, którą uważasz za najtrafniejszą.**

1. Podstawowa reguła biznesu reklamy głosi, że nieważne, co się sprzedaje – ważne, jak to się robi.
2. Reklama nadaje wartość wszystkiemu, co składa się na nasz świat zewnętrzny, na naszą osobowość, wyznacza cele życiowe.
3. Reklama to płatna forma propagowania towarów.
4. Reklama pomaga zorientować się, jakie produkty znajdują się na rynku.
5. Reklama nie służy interesom nabywców, lecz kreuje ich potrzeby.
6. Dzięki reklamie wiemy, co powinniśmy kupować.

### **Postaw kropkę przy tej opinii, którą uważasz za najtrafniejszą.**

1. Podstawowa reguła biznesu reklamy głosi, że nieważne, co się sprzedaje – ważne, jak to się robi.
2. Reklama nadaje wartość wszystkiemu, co składa się na nasz świat zewnętrzny, na naszą osobowość, wyznacza cele życiowe.
3. Reklama to płatna forma propagowania towarów.
4. Reklama pomaga zorientować się, jakie produkty znajdują się na rynku.
5. Reklama nie służy interesom nabywców, lecz kreuje ich potrzeby.
6. Dzięki reklamie wiemy, co powinniśmy kupować.

### **Postaw kropkę przy tej opinii, którą uważasz za najtrafniejszą.**

1. Podstawowa reguła biznesu reklamy głosi, że nieważne, co się sprzedaje – ważne, jak to się robi.
2. Reklama nadaje wartość wszystkiemu, co składa się na nasz świat zewnętrzny, na naszą osobowość, wyznacza cele życiowe.
3. Reklama to płatna forma propagowania towarów.
4. Reklama pomaga zorientować się, jakie produkty znajdują się na rynku.
5. Reklama nie służy interesom nabywców, lecz kreuje ich potrzeby.
6. Dzięki reklamie wiemy, co powinniśmy kupować.

KARTA KSERO

### **Dokonaj opisu wylosowanej przez siebie reklamy, zwracając uwagę na wszystkie jej elementy:**

- a) kto jest nadawcą reklamy – jakie instytucje lub znane osoby firmują tę reklamę?
- b) kto jest adresatem / do kogo jest skierowana?

- c) treść reklamy ( postacie – wiek, płeć, przestrzeń, uczucia i postawy, kompozycja – spokojna czy dynamiczna )
- d) graficzna strona reklamy – kolory, światło, barwy ( ciepłe czy zimne), treść napisu i jego umiejscowienie, kolor i wielkość czcionki
- e) aluzje i skojarzenia ( z motywami literackimi, kulturowymi )
- f) jaką funkcję ma pełnić ta reklama / jakie wartości są przywoływane?

**Dokonaj opisu wylosowanej przez siebie reklamy, zwracając uwagę na wszystkie jej elementy:**

- a) kto jest nadawcą reklamy – jakie instytucje lub znane osoby firmują tę reklamę?
- b) kto jest adresatem / do kogo jest skierowana?
- c) treść reklamy ( postacie – wiek, płeć, przestrzeń, uczucia i postawy, kompozycja – spokojna czy dynamiczna )
- d) graficzna strona reklamy – kolory, światło, barwy ( ciepłe czy zimne), treść napisu i jego umiejscowienie, kolor i wielkość czcionki
- e) aluzje i skojarzenia ( z motywami literackimi, kulturowymi )
- f) jaką funkcję ma pełnić ta reklama / jakie wartości są przywoływane?

**Dokonaj opisu wylosowanej przez siebie reklamy, zwracając uwagę na wszystkie jej elementy:**

- a) kto jest nadawcą reklamy – jakie instytucje lub znane osoby firmują tę reklamę?
- b) kto jest adresatem / do kogo jest skierowana?
- c) treść reklamy ( postacie – wiek, płeć, przestrzeń, uczucia i postawy, kompozycja – spokojna czy dynamiczna )
- d) graficzna strona reklamy – kolory, światło, barwy ( ciepłe czy zimne), treść napisu i jego umiejscowienie, kolor i wielkość czcionki
- e) aluzje i skojarzenia ( z motywami literackimi, kulturowymi )
- f) jaką funkcję ma pełnić ta reklama / jakie wartości są przywoływane?

**Dokonaj opisu wylosowanej przez siebie reklamy, zwracając uwagę na wszystkie jej elementy:**

- a) kto jest nadawcą reklamy – jakie instytucje lub znane osoby firmują tę reklamę?
- b) kto jest adresatem / do kogo jest skierowana?
- c) treść reklamy ( postacie – wiek, płeć, przestrzeń, uczucia i postawy, kompozycja – spokojna czy dynamiczna )
- d) graficzna strona reklamy – kolory, światło, barwy ( ciepłe czy zimne), treść napisu i jego umiejscowienie, kolor i wielkość czcionki
- e) aluzje i skojarzenia ( z motywami literackimi, kulturowymi )
- f) jaką funkcję ma pełnić ta reklama / jakie wartości są przywoływane?