

# CO TO JEST REKLAMA?

## WIEDZA W PIGUŁCE

Wiedza w pigułce z lekcji [Reklamo pokaz się](#)

## POMYSŁ NA LEKCJĘ

Uczestnicy i uczestniczki poznają podstawową charakterystykę reklamy. Sami będą wymyślać reklamę oraz porównają reklamowe zdjęcia produktów z ich prawdziwym wyglądem.

### Cele operacyjne

Uczestnicy i uczestniczki:

- wiedzą, do czego służy reklama; wiedzą, że pewne przekazy medialne mogą zachęcać do czegoś, np. do zakupu produktu;
- wiedzą, że nie wszystko, co jest przedstawione w reklamie, trzeba mieć.

### Przebieg zajęć

1.

Czas: 10 min  
Forma: rozmowa  
Pomoce: bębenek

Zacznij rozmowę od pytania „Po co jest reklama?”. Postaraj się wytłumaczyć dzieciom, że nie wszystko, co jest przedstawiane w reklamie, rzeczywiście jest najlepsze, że świat w niej pokazywany jest wyidealizowany i często nieprawdziwy. Nie zawsze też wszystko, co pokazuje reklama, trzeba mieć. Za każdym razem można zadać sobie pytanie, czy na pewno potrzebujemy tego, co jest reklamowane.

2.

Czas: 5 min  
Forma: gra  
Pomoce: dowolne rekwizyty, np. klocki

Zabawa ruchowa „Proszę kupić ten klocek”. Nauczyciel rozdaje kolorowe klocki (te, które są dostępne w przedszkolu) po jednym dla każdego dziecka. Na bębnieku stuka puls ósemkowy, a dzieci biegają na palcach po kole w jednym kierunku ruchu (w tym czasie klocek trzymają w dłoni, ale nie eksponują go). Kiedy nauczyciel przestanie grać głośno, wypowiada hasło „REKLAMA”. Zadaniem dzieci jest zatrzymanie się i utworzenie „nieruchomej figurki” ze swojego ciała (przodem do nauczyciela). Będzie to jakby „zdjęcie reklamowe

klocka". Dzieci na „zdjęciach” muszą być pogodne, uśmiechnięte, szczęśliwe, a klocek musi być wyraźnie wyeksponowany. Kiedy powróci puls ósemkowy, dzieci wracają do biegania na palcach po kole z klockiem w dłoni.

### 3.

Czas: 10 min  
Forma: zabawa  
Pomoce: dowolna piłka

Dzieci siedzą w dużym, wspólnym kole. Nauczyciel trzyma w ręku piłkę i opowiada dzieciom, że musimy zachęcić do jej kupna, a więc znaleźć jej wyjątkowe cechy (każdy wymienia tylko jedną cechę). Jako pierwszy reklamuje piłkę nauczyciel np: „ta piłka ma śliczny czerwony kolor” i przekazuje ją dziecku, które siedzi obok niego po prawej stronie. Dziecko trzymając piłkę w ręku głośno i wyraźnie reklamuje ją, wymieniając inną cechę np: „jest bardzo gumowa”. Zabawa kończy się, gdy piłka obiegnie w ten sposób całe koło i wróci do nauczyciela. UWAGA! Proszę pozwolić reklamować dzieciom piłkę abstrakcyjnie np: „ta piłka świetnie się mieści w walizce” lub „ta piłka idealnie leży na moim bucie” itp.

### 4.

Czas: min  
Forma: zabawa ruchowa  
Pomoce: piłka

Zabawa ruchowa z piłką. Dzieci stoją w kole, a nauczyciel trzymając piłkę proponuje następujące działania ruchowe:

- nauczyciel odbija wielokrotnie piłkę o podłogę i łapie ją oburącz – dzieci natychmiast reagują i równocześnie w analogicznym rytmie kucają i wstają
- nauczyciel stoi i trzyma piłkę w ręku – dzieci również stoją na baczność
- nauczyciel przekłada piłkę z prawej do lewej dłoni – dzieci równocześnie klaszczą w rytmie narzuconym przez ruchy nauczyciela
- nauczyciel podrzuca piłkę do góry i łapie ją oburącz – dzieci równocześnie, w analogicznym rytmie podskakują do góry.

### 5.

Czas: 10 min  
Forma: np. burza mózgów  
Pomoce: przygotowany uprzednio budyń, materiał pomocniczy **zdjęcie budyń**

Poproś przed zajęciami przedszkolną kuchnię o zrobienie budyń. Pokaż dzieciom gotowy budyń, jak również **zdjęcie budyń** lub zdjęcie z opakowania jakiegokolwiek budyń w proszku. Poproś dzieci, by wymieniły różnice pomiędzy prawdziwym budyń a tym ze zdjęcia. Po omówieniu różnic możecie zjeść budyń na podwieczorek.

### Ewaluacja

Czy po przeprowadzeniu zajęć ich uczestnicy i uczestniczki:

- zdają sobie sprawę z tego, że świat ukazany w reklamach jest wyidealizowany?

## MATERIAŁY

- zdjęcie budynku

## CZYTELNIA

- "Krytyczna teoria reklamy" [online], Wikipedia [dostęp: 19. 01. 2015], dostępny w Internecie: [http://pl.wikipedia.org/wiki/Krytyczna\\_teoria\\_reklamy](http://pl.wikipedia.org/wiki/Krytyczna_teoria_reklamy)
- Kamieniak Jacek, "Manipulacja w reklamie i sprzedaży" [online], [dostęp: 19. 01. 2015], dostępny w Internecie: <http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,4695/q,Manipulacja.w.reklamie.i.sprzedazy>
- Szczęsna Ewa, "Poetyka reklamy", Wydawnictwo Naukowe PWN, 2001

---

Tekst: , scenariusz: Zuzanna Zasacka, konsultacja merytoryczna: . Materiał pochodzi z serwisu [edukacjamedialna.edu.pl](http://edukacjamedialna.edu.pl) prowadzonego przez [Fundację Nowoczesna Polska](#).

Udostępniono na licencji [Creative Commons Uznanie autorstwa - Na tych samych warunkach 3.0](#).

Źródło: <http://edukacjamedialna.edu.pl/lekcje/co-to-jest-reklama/>.

Publikacja zrealizowana w ramach projektu Cyfrowa Przyszłość, dofinansowanego ze środków Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego

Podstawa programowa:

Wychowanie przedszkolne, O poziom edukacyjny

Cele kształcenia

budowanie dziecięcej wiedzy o świecie społecznym, przyrodniczym i technicznym oraz rozwijanie umiejętności prezentowania swoich przemyśleń w sposób zrozumiały dla innych;