

Aktivita:

AKO V ROZPRÁVKE

Autor:

Magdaléna Mareková, Základná škola s materskou školou Žbince

Cesta na kurikulum:

PREDMET	ROČNÍK	TEMATICKÝ CELOK
Slovenský jazyk a literatúra	4. – 9. ročník ZŠ, SŠ	<ul style="list-style-type: none">Prostriedky presvedčovania a ovplyvňovania v reklame
Výtvarná výchova	4. – 9. ročník ZŠ, SŠ	<ul style="list-style-type: none">Reklama (Moje skúsenosti s reklamou. Reklamný plagát, billboard, leták. Tvorba reklamného plagátu)
Mediálna výchova	4. – 9. ročník ZŠ, SŠ	<ul style="list-style-type: none">Prostriedky presvedčovania a ovplyvňovania v reklameReklama (Moje skúsenosti s reklamou. Reklamný plagát, billboard, leták. Tvorba reklamného plagátu)

Minutáž: 2 vyučovacie hodiny

Potrebujem: tabuľa, papiere

Provokačná myšlienka: „Dobrá reklama predá aj vodu z Fidži.“ (zdroj: <http://ozene.zoznam.sk>). „Ľudia si nekupujú iba to, čo je užitočné, ale to, o čom si myslia, že to treba mať. Ak si niekto myslí, že je také ľahké nájsť vhodný výrobok na reklamu, mylí sa. Ono je totiž toľko roboty s predmetmi, ktoré si ľudia nežiadajú, lebo nevedia, že ich potrebujú, že zaoberať sa tým, po čom je dopyt, sa stáva nemožné.“ (Jean-Pierre Davits, z knihy *Návrat malého princa*)

Krok po kroku:

1. Uskutočnite so žiakmi rozhovor na tému reklama – na aké reklamy, ktoré videli (v televízií, časopise, na internete), si spomínajú; ktoré reklamy sa im páčia a prečo; kúpili si niekedy niečo len na základe reklamy; čo ich najviac ovplyvnilo;
2. Na tabuli spravte tabuľku o diskutovaných reklamách. Zapište do nej produkt, ktorý reklama propaguje, a tiež či by ste si ho kúpili (áno – nie). Pri rozhodovaní si môžete vymenovať výhody a nevýhody produktu na základe reklamy i na základe skúseností (reklama väčšinou nevýhody ani nespomína). Ak máte k dispozícii dataprojektor a počítač, môžete žiakom zopár reklám premietnuť (najmä reklamy, ktoré sa ich najviac týkajú – na veci, ktoré si často kupujú, resp. reklamy, ktoré sú určené práve mládeži a deťom).
3. Rozdeľte žiakov do skupín. Ich úlohou bude navrhnuť vlastnú reklamu (môže byť s uvedením pravdivých pozitívnych i negatívnych údajov) na existujúci alebo vymyslený produkt tak, aby ho čo najlepšie predali. Svoje reklamy môžu spracovať textovo (slogan, dramatizácia, reklama čítaná v rozhlase) alebo výtvarne (plagát, billboard, leták). Môžete to so žiakmi skúsiť aj obidvoma spôsobmi na hodinách slovenského jazyka i výtvarnej výchovy.

Námety pre zábavno-poučné vyučovanie s témou ekologickej stopy

Aktivita: AKO V ROZPRÁVKE

Autor: Magdaléna Mareková, vrámci súťaže Hodina s Ekostopou

Téma: Nákup a vybavenie

Stupeň: ZŠ



www.ekostopa.sk

4. Zadanie úlohy môžete ľubovoľne obmieňať. Napríklad na hodinách slohu prepracovať ľubovoľnú rozprávku tak, aby poukazovala na negatívne stránky reklamy (samozrejme, je potrebné žiakom povedať aj o pozitívnom využívaní reklám v rôznych sférach). Príklady rozprávok:

- **O Jankovi a Marienke**, ako sa na základe reklamy ubytovali v Medovníkovom domčeku
- **O troch kozliatkach**, ktoré naleteli vlkovi, keď im núkal trvanlivé sladené mlieko
- **O troch prasiatkach**, ktoré si domčeky nechali postaviť rôznym stavebným firmám z rôznych materiálov – tiež na základe reklamy
- **O červenej čiapočke**, ktorá mala červenú čiapočku podľa najnovšej módy, a preto ju vlk videl už na 5 kilometrov

