

Z reklamą w lata 90-te

Karta zadania nr 7 dla nauczyciela/nauczycielki

Główne cele zadania

- dowiesz się, jakie są cechy dobrej reklamy;
- dowiesz się, jak wyglądały pierwsze w Polsce reklamy telewizyjne;
- we współpracy z innymi wymyślisz, przygotujesz i zrealizujesz krótki film reklamowy;
- ocenisz pracę innych zespołów.

Kryteria sukcesu

- podajesz cechy dobrej reklamy;
- znasz pierwsze emitowane w Polsce reklamy telewizyjne;
- we współpracy z kolegami i koleżankami wymyślasz, przygotowujesz i realizujesz za pomocą telefonu komórkowego film reklamowy;
- we współpracy z kolegami i koleżankami oceniasz prace innych zespołów.

Kompetencje proinnowacyjne

KOMPETENCJA	SKŁADOWA KOMPETENCJI	SYTUACJE
WSPÓŁPRACA	podejmowanie działań nastawionych na osiągnięcie synergii	kręcenie w zespole filmiku reklamowego - ustalenie i podział ról/obowiązków
	komunikacja	kręcenie w zespole filmiku reklamowego - słuchanie innych, formułowanie wypowiedzi, uwspólnianie znaczenia, informacja zwrotna
	regulowanie współpracy	kręcenie w zespole filmiku reklamowego - dochodzenie do kompromisu, dostrzeganie perspektywy innych osób
	indywidualna odpowiedzialność	realizacja planu - podejmowanie roli i wywiązywanie się z zobowiązań
ROZWIĄZYWANIE PROBLEMÓW	projektowanie, realizacja o ocena rozwiązań	przedstawianie danych w postaci różnego rodzaju grafik
SAMODZIELNOŚĆ MYŚLENIA	zarządzanie informacjami	zbieranie pomysłów na filmik reklamowy - generowanie i weryfikacja pomysłów; formułowanie celów i planów działania
	wnioskowanie	patrzenie na reklamy z różnych punktów widzenia: punkt widzenia reklamodawcy i reklamobiorcy
LIDERSTWO	zarządzanie zmianą	zaplanowanie przez zespół nakręcenia filmu reklamowego - procedura planowania

Zagadnienia z historii

- przemiany społeczno-polityczne i kulturowe lat 90-tych w Polsce.

Zagadnienia z informatyki

- nagrywanie krótkich filmów za pomocą telefonu komórkowego;
- poszukiwanie w Internecie potrzebnych informacji.

Zagadnienia z edukacji medialnej

- cechy dobrej reklamy;
- scenariusz filmu reklamowego.

Odniesienia do podstawy programowej z historii: XLI.2. charakteryzuje przemiany społeczno-polityczne, gospodarcze i kulturowe lat 90.

Odniesienia do podstawy programowej z informatyki: II.3.1.nagrywa krótkie filmy oraz poddaje je podstawowej obróbce cyfrowej

Środki dydaktyczne (dla każdego ucznia/dla każdej uczennicy)

- telefon komórkowy z możliwością nagrywania filmów
- kartki, pisaki
- arkusze papieru
- karta zadania „Z reklamą w lata 90-te“
- dostęp do sieci internetowej

Rozwiązanie

Uczniowie/uczennice zrealizują krótki film reklamowy wzorowany na reklamach z lat 90-tych, ale reklamujący produkt, który można dzisiaj kupić. Zaprezentują swoją pracę. Oceniają prace innych zespołów.

Zadanie testowe. Możliwe (wskazane) modyfikowanie zadania i dostosowywanie go do możliwości i potrzeb nauczycieli i nauczycielek oraz uczniów i uczennic.

O ostatecznym kształcie zadania decyduje nauczyciel/nauczycielka

Aktywność 1

Wprowadź uczniów/uczennice w tematykę zadania. W zespołach nakręcą film reklamowy w klimacie lat 90-tych ubiegłego stulecia, ale reklamować będą produkt, który można dzisiaj nabyć. Odbędą wycieczkę w czasy młodości ich rodziców.

Zadanie rozwiązywać będą w kilkuosobowych zespołach.

Aktywność 2

Uczniowie/uczennice czytają fragment książki K.Nosowska, A ja żem jej powiedziała, Wydawnictwo Wielka Litera, Warszawa 2018.

Porozmawiaj z uczniami/uczennicami o tym, co to jest reklama Czy wzięliby/wzięłyby udział w reklamie za wszelką cenę dla pieniędzy, nie zważając na to co byłoby reklamowane? Czy wyłącznie w takiej, która byłaby w zgodzie z ich poglądami?

Co chcieliby/chciałyby zareklamować i dlaczego?

Krok 1, Karta zadania „Z reklamą w lata 90-te“

Aktywność 3

Uczniowie/uczennice pracę nad reklamą zaczynają od poznania cech dobrej reklamy. Ma angażować emocje, być inteligentna, zapadać w pamięć, mieć jasno określoną grupę docelową oraz być skuteczna.

Oglądają reklamy, które spełniają te warunki. Wiele z nich jest w języku angielskim.

<https://tv.tvnmedia.pl/5-cech-dobrych-reklam/>

Zaglądają na stronę internetową Szkoły Mistrzów Reklamy

<http://szkolamistrzowreklamy.pl/baza-wiedzy/copywriting-czyli-rodzaje-scenariuszy-reklamowych/>

Rozmawiają o reklamach, które utkwiły im w pamięci. Dlaczego to były te reklamy?

Krok 2, Karta zadania „Z reklamą w lata 90-te“

Wskazówki

Niektóre z polecanych reklam są w języku angielskim. W razie potrzeby pomóż w tłumaczeniu.

Niektóre z nich, to reklamy społeczne, traktujące temat starości czy uchodźców. Porozmawiaj z uczniami/uczennicami na tematu poruszane w reklamach. Co takiego reklamują tego typu reklamy?

Aktywność 4

Pora poznać reklamy z lat 90-tych. Uczniowie/uczennice oglądają na YouTube reklamę margaryny „Kama“, „Prosakolepu“, fluorescencyjnych pumeksów „Purocolor“, produktów „Knorr“, proszku do prania Pollena 2000, kuloodpornych szyb, chipsów, Poloneza caro. Poznają też historię piosenki o mydełku Fa.

Krok 3, Karta zadania „Z reklamą w lata 90-te“

Aktywność 5

Uczniowie/uczennice wypisują na kartce cechy, jakie miały reklamy z lat 90-tych. Ma to im pomóc przygotować własną reklamę.

Krok 4, Karta zadania „Z reklamą w lata 90-te“

Aktywność 6

Wiedzą już jakie cechy ma dobra reklama. Wiedzą, jakie reklamy kręcono w latach 90-tych. Mogą więc zacząć kręcić własną reklamę telefonem komórkowym.

Przypomnij im jakie reklama musi spełniać warunki:

- nie może trwać dłużej niż 2 minuty 30 sekund,
- ma być zrealizowana za pomocą telefonu komórkowego,
- reklama ma być w stylu reklam z lat 90-tych, ale produktu, który reklamuje ma być dostępny dzisiaj.

Krok 5, Karta zadania „Z reklamą w lata 90-te“

Wskazówki

Uczniowie/uczennice w zespole kręcą film reklamowy. Zaczynają od zaplanowania kolejnych czynności.

1. Ustalają cel - zapisują na arkuszu papieru.
2. Ustalają kolejne kroki, jakie zaprowadzą ich do realizacji celu, czyli nakręcenia filmu reklamowego. Zapisują kroki pod celem.
3. Określają, czego potrzebują do realizacji każdego z kroków. Ile czasu zajmie im ich realizacja. Zapiskana arkuszu papieru.
4. Tworzą harmonogram pracy. Każdej osobie z zespołu przydzielają zadania.
5. Realizują plan.
6. Sprawdzają, czy plan został zrealizowany. Dzielą się w zespole zadaniami i zaczynają kręcić film.

Wskazówki

Możesz ograniczyć zespołom czas, w jakim mają nakręcić film reklamowy. Możesz ustalić, że film nakręca w domu. Wybierz najbardziej dogodną formę.

Aktywność 7

Kiedy wszystkie filmy reklamowe będą już gotowe, zorganizujcie ich pokaz. Ktoś musi je zgromadzić i sprawdzić, czy wszystkie dadzą się odtworzyć, na przykład na tablicy multimedialnej.

Zespoły kolejno prezentują swoje filmy.

Inne zespoły oglądają filmy, jednocześnie oceniając je pod kątem 4 cech:

1. Czy reklama angażuje emocje?
2. Czy reklama jest inteligentna?
3. Czy reklama zapadać w pamięć?
4. Czy reklama ma jasno określoną grupę docelową?

Każda reklama może otrzymać od 0 do 3 punktów za każdą z tych cech.

Wypełniają tabelę (Krok 6, Karta zadania „Z reklamą w lata 90-te“)

Zespoły nie oceniają swoich filmów reklamowych.

Wymyślcie nagrodę dla zespołu, którego film otrzyma najwięcej punktów

Zachęć uczniów/uczennice, żeby pokazali reklamy swoim rodzicom.

Wskazówki

Uczniowie mogą też rozstać swoje filmy reklamowe do każdej osoby z klasy. Uczniowie/uczennice oceniają indywidualnie każdy film, przyznając punkty. Oceny przysyłają do Ciebie albo do wybranego ucznia/wybranej uczennicy. Jeżeli młodzież będzie zainteresowana tematyką reklam telewizyjnych, możecie zgłębiać ten temat przez dłuższy czas. Ciekawa może być historia telewizji, albo reklamy w telewizji. Więcej na ten temat znajdziecie w internecie;

na przykład pod tym adresem:

(<http://sembyme.pl/sembyme/od-prusakolepu-do-youtube-historia-reklamy/>).

Źródła:

- Jakóbczak A., Transformersi, Superbohaterowie polskiej reklamy 80.-90, Wydawnictwo Znak, 2018 r.;
- Nosowska K., A ja żem jej powiedziała, Wydawnictwo Wielka Litera, Warszawa 2018 r.;
- <https://www.fakt.pl/kobieta/plotki/pierwsze-polskie-reklamy-telewizyjne-reklamy-telewizyjne-z-lat-90/htced3d#slajd-2> (dostęp: luty 2020 r).
- <https://tv.tvnmedia.pl/5-cech-dobrych-reklam/> (dostęp: luty 2020 r);
- <http://szkolamistrzowreklamy.pl/baza-wiedzy/copywriting-czyli-rodzaje-scenariuszy-reklamowych/> (dostęp: luty 2020 r);
- https://www.youtube.com/watch?time_continue=3&v=05cpyd0wgFc&feature=emb_logo (dostęp: luty 2020 r);
- https://www.youtube.com/watch?v=fSiepbrBuds&feature=emb_logo (dostęp: luty 2020 r);
- https://www.youtube.com/watch?v=z3NDLIJjIPs&feature=emb_logo (dostęp: luty 2020 r);
- https://www.youtube.com/watch?time_continue=35&v=44MVmDAku5o&feature=emb_logo (dostęp: luty 2020 r);
- https://www.youtube.com/watch?v=Qv1mG7yUeUA&feature=emb_logo (dostęp: luty 2020 r);
- https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=fR9toSiPFMo&feature=emb_logo (dostęp: luty 2020 r);
- https://www.youtube.com/watch?v=ww3VQ5uR51U&feature=emb_logo (dostęp: luty 2020 r);
- https://www.youtube.com/watch?v=wedzaFLCL78&feature=emb_logo (dostęp: luty 2020 r);
- https://www.youtube.com/watch?v=N5AfrOL5kDM&feature=emb_logo (dostęp: luty 2020 r);

Komentarz:

Jest to zadanie interdyscyplinarne z edukacji medialnej, łączące treści z dwóch przedmiotów historii oraz z informatyki. Nadrzędnym problemem jest realizacja filmu reklamowego wzorowanego na pierwszych reklamach nadawanych w polskiej telewizji. Wymaga to poznania cech dobrej reklamy oraz cech reklam z lat 90-tych. Wiele informacji uczniowie i uczennice pozyskują z Internetu.

Dominującą aktywnością uczniów i uczennic jest praca z kartą zadania, informacjami z Internetu oraz realizacja krótkiego filmu. Film kręcą w kiluosobowych zespołach. Zadanie pomaga rozwijać wiele kompetencji: współpracę (komunikacja, podejmowanie działań nastawionych na osiągnięcie synergii, regulowanie współpracy, indywidualna realizacja i ocena rozwiązań);

odpowiedzialność); rozwiązywanie problemów (projektowanie, samodzielność myślenia (zarządzanie informacjami, wnioskowanie); liderstwo (zarządzanie zmianą).

Krok 6. zawiera procedurę planowania (kompetencja liderstwo oraz rozwiązywanie problemów)Całe zadanie jest okazją do ćwiczenia kompetencji współpracy.

Zadanie może być rozwiązywane przez uczniów i uczennice pod opieką nauczyciela /nauczycielki dowolnego przedmiotu.

Zadanie może być rozwiązywane na lekcji lub w cyklu lekcji (lekcja historii - lekcja informatyki). Częśćzadania (kręcenie filmów) uczniowie /uczennice mogą wykonać po lekcjach.