

Reklaam

Nädala teema: Kui telekas käib, kas liigub ta jala? Võib-olla, et teleka jalad on sala. Ja küllap on nähtamatud ka käed. Kas sina, kes jälgid, ta jälgesid näed? (meedia)

Päeva(de) teema: Reklaam – mis ja miks?

Vanus: 6–7aastased

Eesmärgid:

Üldoskused: Laps osaleb ühistegevuses ja teeb koostööd teiste lastega.

Mina ja keskkond: Laps tutvub meediavahenditega ja neis peituvate ohtudega.

Laps mõistab ja tõlgendab meedias nähtut/kuuldut.

Tegevuse kirjeldus:

Päev algab hommikuringiga:

Arutelu lastega teemal – reklaam

Valge mesikäpp maitseb suurepäraselt.

Parim auto sportlikule inimesele.

Maitsvad salatid aega hindavale inimesele.

Üha rohkem inimesi lubab endale ühe puhkusepäeva aastas. Ära sinagi jäta tähtsat asja saatuse hooleks. Broneeri reis juba täna.

Millest me täna rääkima hakkame? (suunav küsimus: mida näidatakse filmide/telesaadete vahel?)

Mis on reklaam? (suund, kuhu soovime jõuda: reklaam mõjutab/meelitab, teavitab, kujundab hoiakuid)

Milleks reklaami vaja on? (juhtida tarbija tähelepanu kindlale tootele/teenusele ning tekitada temas soov seda osta)

Kus sa oled reklaami näinud/kuulnud?

Mida reklaamitakse? Mis reklaame sina tead? (toote/teenuse reklaam / poliitiline reklaam / informatiivne reklaam)

Kellele on reklaam mõeldud? (reklaamide sihtrühm: lapsed, eakad, naised, mehed)

Missugune reklaam võiks olla mõeldud mehele/naisele/lapsele/vanale inimesele?

Mis nippe reklaamides kasutatakse? (suunamisel jõuame mõningate järgmiste vastusteni: huumor, muusika, hirm, tuntud inimesed, liialdamine, faktide valikuline esitamine)

Järgnevalt kuulete reklaame. Mõtle! Mida reklaamitakse? Kellele on see reklaam tehtud? Mis nippe kasutatakse?

- Hansapanga reklaam (laul, tuntud inimesed)
https://www.youtube.com/watch?v=3UhV8oK0_d4
- R-Kiosk Orbit (auhinna lubamine)
<https://www.youtube.com/watch?v=RGgy4JGvbtU>
- Coca-Cola reklaam (laul, tuntud inimene, kõik sihtrühmad mainitud)
<https://www.youtube.com/watch?v=lKDP9nY6E8w>
- Maanteameti turvavöö kampaania (hirm)
<https://www.youtube.com/watch?v=CRbDyQy42-Q>

Proovime nüüd ise ka! Mul on siin tass. Kuidas sa seda reklaamiksid?

Kui sulle reklaam meeldib, kas sa ostad kohe selle toote? Miks ostad / ei osta?

Peale hommikuringi jaguneme keskustesse. Laudade peal on erinevad esemed. Lapsed saavad ühe reklaamlause. Nad loevad selle kokku ning otsivad, missuguse eseme juurde võiks nende saadud reklaamlause käia.

SOKK 2

- 100% LAMBAVILL
- EHTNE EESTI KÄSITÖÖ

JOGURT 6

- VALMISTATUD EHTSAST EESTI PIIMAST
- KOORENE MAITSE
- NÜÜD SAADAVAL KA MAASIKATEGA
- VIIB KEELE ALLA
- ILMA SÄILITUSAINETETA
- EESTI PARIM PIIMATOODE

KREEM 6

- SILUB KORTSUD MÕNE NÄDALAGA
- LIHTNE NAHALE KANDA

- NIISUTAB NAHKA
- SISALDAB NAHALE VAJALIKKE VITAMIINE
- PEHME JA SIIDINE NAHK JUST SINULE
- SOBIB KÕIGILE NAHATÜÜPIDELE

AUTO

- KÜTUSEKULU AINULT 5 LIITRIT
- UUS MUDEL, HEA SÕIDUKIIRUS
- KÄIVITUB KA KÕIGE KÜLMEMA ILMAGA
- SAAD KAASA KA TASUTA TALVEREHVID

Tegevused keskustes:

Loovmängukeskus: Teeme reklaami

Eesmärgid:

- Laps teeb koostööd rühmakaaslastega.
- Lapsel areneb loovus ja eneseväljendusoskus.

Vahendid: Kostüümid, kruus/tass, jogurtipakk, rühma logo, raamat jne.

Tegevuse käik: Lapsed jagunevad kolmekaupa rühmadesse. Nad valivad ühe eseme ning mõtlevad, kuidas seda reklaamida. Kui reklaam on valmis mõeldud, kannavad nad selle teisele rühmale ette.

Arutelu teise rühmaga – kas esitatud reklaam kutsus ostma? Miks?

Filmime tehtud reklaame, et hiljem oleks neid koos tore vaadata. Ühiselt võib valida ka kõige paremini tehtud reklaami.

Lugemis- ja kirjutamiskeskus: Leia paarid

Eesmärgid:

- Laps loeb kokku etteantud lause ning leiab sobiva pildi.
- Laps mõistab ja tõlgendab loetud lauset.
- Laps teeb koostööd rühmakaaslastega.

Vahendid: Ajalehe väljalõiked erinevatest reklaamidest. Sedelid reklaamlausetega.

Tegevuse käik: Lastele antakse paari peale laused ning nad peavad koos leidma pildi, mis antud lausega kokku sobib. Kui laused on piltidega kokku pandud, järgneb arutelu. Kas pilt ja tekst

lähevad kokku / täiendavad teineteist? Kas reklaam on huvitav / kutsub toodet ostma? Kas sina ostaksid selle toote? Miks?

Kunstikeskus: Kujunda reklaam

Eesmärgid:

- Laps lõikab paberist lihtsamaid kujundeid ning kleebib neid sõltuvalt tööolemusest.
- Laps kasutab meisterdamisel jääkmaterjale.
- Laps märgib kirjutades õigesti 1–2silbiliste häälikuühenditeta sõnade häälikstruktuuri.
- Laps kujutab esemeid ja objekte ning tegevusi.

Vahendid: Paber, värvipliatsid, kriidid, viltpliatsid, vanad ajalehed, ajakirjad, käärid, liim.

Tegevuse käik: Laps mõtleb, mida reklaamida soovib, ja joonistab/kleebib vastava sisuga pildi. Laps võib kasutada ka segatehnikat, kleebib ja joonistab. Hiljem täiendab ta oma pilti sobiva reklaamlausega.

Matemaatikakeskus: Tulge ostma

Eesmärgid:

- Laps arvutab 10 piires.
- Lapsel kinnistub hommikuringis käsitletud reklaami teema.
- Laps teeb koostööd rühmakaaslastega.

Vahendid: Lett erinevate kaupadega, mänguraha, poenimekirjad.

Tegevuse käik: Ema on saatnud oma kaks last poodi koos poenimekirja ja rahaga. Poes on müügil sarnased tooted. Osa kaupade juurde on lisatud värviline reklaam ning ka müüja teeb neile reklaami (nt kaks toodet soodsa hinnaga, osta see ja saad üllatuse/auhinna jne). Kõiki asju, millele poemüüja reklaami teeb, pole poenimekirjas. Müüja palub lastel teha vahearvutusi, kas nad saavad veel osta või on raha otsas.

Lapsed saavad koju ja ema vaatab ostetud kauba üle. Kas osteti ainult neid asju, mis olid poenimekirjas? Kui mitte, siis miks? Kui palju raha poes kulus? Kas kõik ostetud asjad olid vajalikud? Kui mitte, siis miks lapsed selle toote ostsid?

Tegevus jätkub õues.

Õuesõpe: Raadioreklaam

Eesmärgid:

- Laps osaleb võistlusmängudes ning teeb koostööd teiste lastega.
- Laps väärtustab tervislikke eluviise (piisav kehaline aktiivsus).

Vahendid: Pildid erinevate esemete ja tegevustega (paigutatud aia külge, seotud puude külge vms).

Tegevuse käik: Õpetajad loevad samal ajal laste rühmadele reklaami ette. Laste ülesanne on leida õuealalt reklaamile vastav pilt. Punkti saab võistkond, kes esimesena õige pildi leiab.