Angela Bernadić

27.08.2026. 13:34
Pogledano: 555 puta

Reklama

Učenici dekonstrukcijom reklame otkrivaju kako mediji kreiraju potrebe umjesto mira.

Tags

Učenje jezika

Organizacijski oblik nastave

Predmetna nastava 8. razred

Vrsta nastavnog procesa

Osnovna vrsta nastave - Redovna nastava

Suradnja škole sa roditeljima i zajednicom te razvoj školskog kolektiva

Aktivnosti sa učenicima

Trajanje

45 minuta

Oblasti

Jezičko-komunikacijsko područje

Predmet

Hrvatski jezik i književnost

Ključne kompetencije

Kompetencija pismenosti

Ciljevi i ishodi učenja i poučavanja

Cilj: Omogućiti učenicima prepoznavanje manipulativnih tehnika u TV reklami.

Ishodi učenja i poučavanja:

Učenik/ca će moći da:

- prosuđuje utjecaj medijskog teksta radi komercijalizacije;
- objašnjava kako reklama oblikuje stavove i stvara bespotrebne potrebe.

Detaljan opis realizacije

Aktivnost 1

Učenici zapisuju: Što sam jučer kupio/la ili poželio/poželjela kupiti nakon gledanja reklame?Nekoliko odgovora naglas. Nastavnik uvodi pojam stvaranje bespotrebne potrebe.

Aktivnost 2

Prije gledanja reklame učenici dobivaju pitanja (na ploči ili listiću): Tko su likovi?, Što se događa?, Kako se dijete osjeća?, Što se prodaje? Gledaju reklamu Mercedes – Storytelling bez glazbe i dijaloga i odgovaraju u paru (sa susjedom u klupi). Nastavnik proziva dva para. Napomena za nastavnika: Reklama se prikazuje bez zvuka. Učenici na satu ne čuju glazbu ni dijalog. Na kraju sata recite: Ako vas zanima kako reklama djeluje s glazbom i dijalogom, kući omogućite zvuk i provjerite. Onda ćete znati zašto smo danas radili bez zvuka.

Aktivnost 3

Svaki par u klupi dobiva listić: Što reklama zapravo prodaje? (zaokruži sve točno) auto / osjećaj sigurnosti / povjerenje / udoban krevet / status; Koji se točno osjećaj budi? (napiši).

Zatim učenici u paru spajaju pojmove s definicijama (listić ili na ploči): Storytelling a) skupina ljudi kojoj je reklama namijenjena, Ciljana publika b) pripovijedanje priče radi prenošenja poruke; Stvaranje potrebe c) uvjeravanje gledatelja da mu nešto treba iako mu zapravo ne treba. Nastavnik nakon 2 minute čita rješenja, učenici provjeravaju. Dodatna pitanja za raspravu (voditi cijeli razred, 3 min): Kako bi glazba i svjetlo mogli utjecati na dojam o dječakovom postupku? Zašto reklama prikazuje dječaka kao "samog protiv svijeta"?

Aktivnost 4

Nastavnik postavlja pitanja. Učenici se javljaju i raspravljaju. Što ako je u trenutku kada policajac vozi dječaka kući netko stvarno trebao policiju? Koja se vrijednost promovira: javna služba (policija) ili luksuzni statusni simbol (Mercedes)? Bismo li jednako reagirali da je dječak pripadnik

marginalizirane skupine ili da nosi "problematičnu" odjeću? Mirovna perspektiva (nastavnik sažima): Reklama koristi dječju nevinost kao emocionalnu ucjenu da bi prikrila upitno ponašanje – korištenje policije kao taksija.

Aktivnost 5

Učenici ostaju u parovima (istim kao u aktivnosti 3).

Zadatak: Napišite kratki scenarij (3-4 rečenice) za alternativni završetak reklame.

Uvjeti: Policajac mora ostati dosljedan svojoj ulozi čuvara mira. Dječak mora naučiti lekciju o iskrenosti. Brend (Mercedes) ne smije biti narušen. Olakšica (nastavnik može pročitati primjer): Policajac ga doveze kući, ali mu umjesto osmijeha objasni zašto se policijska kola ne koriste kao taksi. Pokloni mu maketu auta uz obećanje da će ga provozati kad postane uzoran građanin.

Izvođenje: pisanje (7 minuta), čitanje (5 minuta) – dva do tri para čitaju svoje scenarije naglas.

Aktivnost 6

Učenici u bilježnicu zapisuju odgovore na pitanja: Kako biste vi postupili da ste policajac u ovoj reklami? Što ste naučili o reklamama danas? Nekoliko dobrovoljaca dijeli odgovore.

Nastavnik zaključuje: Reklame nisu ni dobre ni loše same po sebi. Važno je prepoznati tehnike koje koriste i razmisliti o posljedicama koje ne pokazuju.

Potrebni resursi
Računalo/projektor (zvuk se ne koristi), listići za dekonstrukciju i za spajanje pojmova, ploča, kreda/flomaster, bilježnice i olovke.

Praćenje i procjenjivanje
/

Ideje za domaće zadaće (nastavak aktivnosti) i uključivanje roditelja
/

Savjeti za druge nastavnike/ce kod realizacije ove lekcije/teme
/

Metode i tehnike

Igra uloga

Metoda razgovora

Collections

Priprema za čas - Osnovna škola

Mirovna pedagogija: kompendijum priprema za čas