

Nyolcadik lecke A reklámok befolyása

Tanári útmutató

Elmének oktatása és irányítása a leglényegesebb tett a boldogság és a siker eléréséhez.

Minden nap a reklámok és hirdetések támadásának vagyunk szenvedő alanyai. A tanulók képesek kell legyenek megfelelő, alaposított döntéseket hozni a pénzügyeikről, miközben ki vannak téve különböző, sokszor ellentmondásos információk hatásának.

Pénzügyi döntésekhez a www.magymagnas.ro honlapon lehet segítséget találni.

Áttekintés

A modern világban bármerre nézünk, reklámokat látunk, reklámokba ütközünk: interneten, televízióban, utcákon, újságban, buszon, mobil telefonon.

Egyes reklámok nagyon jól ki vannak eszelve, mint pl. a filmben ügyesen elhelyezett üdítő doboz, vagy a videójátékban kiválasztható autó. Mindezek következtében mi, a fogyasztók, nem vonhatjuk ki magunkat a hirdetések manipulációs ereje alól. Ebben a leckében a résztvevők megtanulják felismerni a különféle, fogyasztói magatartást befolyásoló manipulációs technikákat.

Ugyanakkor a lecke figyelmeztetésként is kell használni. Felhívjuk a figyelmet a különböző etikátlan eladási technikákra, mint pl. a gyors meggazdagodást ígérő piramis játékokra, a „csali és csere” technikára, vagy a televíziós eladási műsorokra.

Végül pedig a tanulók megtanulják meghatározni azon elveket amelyek szerint nézik és osztályozzák a reklámokat. Ez a képesség segíti majd őket a kellő pénzügyi döntések meghozatalában, ebben a cseppet sem egyszerű világban, piacgazdaságban.

Átfogó cél

Megérteni miként és mikor befolyásolják a reklámok a fogyasztási szokásainkat.

Konkrét célok

- Megérteni és felismerni alapvető reklámtechnikákat és ezek vonzerejét
- Megérteni és felismerni megtévesztő és etikátlan reklámtechnikákat
- Példákat adni széleskörben ismert megtévesztő reklámokról, felismerve a mindegyikben használt technikákat, és a vonzerejüket
- Különbséget tenni valós tények és a reklámokban megjelenő igaznak tűnő állítások között

Tanulói tevékenységek

8-1 Minek van számodra vonzereje? Mi iránt vagy közömbös?

- Két héttel a lecke előtt kérjük meg a tanulókat, hogy gyűjtsenek olyan reklámokat, amelyek tetszenek, illetve amelyek nem. Kérjük meg őket, hogy figyeljék a hirdetéseket Tv-ben és interneten
- Kérjük meg a tanulókat, hogy különösen figyeljenek a tényekre és a bizonyíték nélküli állításokra, amelyek a hirdetésekben megjelennek
- A tanulók ragasszák ki az osztályban a kinyomtatott hirdetéseket
- Beszéljük meg velük mi az ami tetszik a látott és összeválogatott hirdetésekben és mi az ami nem

8-2 Példák félrevezető és megtévesztő reklámokra

- Kérjük meg a tanulókat, hogy hozzanak magukkal olyan reklámokat, amelyeket megtévesztőnek találnak
- Ezeket a reklámokat ragasszák ki az osztályban
- Beszéljük meg együtt milyen félrevezető technikákat lehet ezekben felfedezni, valamint miben rejlik a vonzerejük

8-3 Milyen technikák vannak jelen a kedvelt és a nem kedvelt reklámokban?

- Beszéljünk a reklámtechnikákról és ezek vonzerejéről az osztályban kiragasztott reklámok esetében
- Ha rendelkezésre állnak tv reklámok, beszéljünk az ezekben használt technikákról is

8-4 Próbáld ki!

- Osszuk fel a tanulókat csoportokra. Minden csoport elemezzen egy terméket, szolgáltatást
- Kérjük meg a csoportokat, hogy készítsenek reklámot a termékükről, felhasználva az előbb tárgyalt technikákat
- Minden csoport mutassa be a reklámát a többieknek. A többiek próbálják meg felismerni a használt technikákat
- Újra beszéljünk arról, hogy miként lehet felismerni a technikákat, és a reklámok vonzerejét
- Erősítsük meg annak a fontosságát, hogy megkülönböztessük a valós tényeket az igaznak tűnő állításoktól

8-5 Mérd fel tudásod!

- a tanulók töltsék ki a felmérő lapot, ezáltal jobban megismerve a reklámtechnikákat

8-6 Kvíz.

Minek van számodra vonzereje? Mi iránt vagy közömbös?

1. Nyomtatott reklám
 - Példák (a tanulók által behozott reklámokból)
 - Mi tetszik?
 - Mi nem tetszik?
 - Megvennéd a hirdetett terméket/szolgáltatást ?
2. TV reklám
 - Példák (a tanulók által behozott reklámokból)
 - Mi tetszik?
 - Mi nem tetszik?
 - Megvennéd a hirdetett terméket/szolgáltatást ?
3. Egyéb reklámok (internet, utcai hirdetések, email, rádió)
 - Példák
 - Mi tetszik?
 - Mi nem tetszik?
 - Megvennéd a hirdetett terméket/szolgáltatást ?

Beszélgetés.

8-1 tevékenység

Kérdezés/Interjú. A tanulók beszéljenek az ismerősökkel vagy családjukkal, hogy miként vélekednek a reklámokról. Pl. kérdezhetik:
A reklám segít megtudni a termék árairól valamit? vagy Milyen terméket látsz leggyakrabban reklámozni?

Gyakori reklámtechnikák

Minden módszerről állapítsuk meg, hogy mi is pontosan, és találjunk rá példát a behozott reklámok között. Arról is beszéljünk, hogy melyik technika a leghatásosabb a tizenévesek körében.

1. Információ
2. Státusz, pozíció
3. A barátok/haverek jóváhagyása, helyeslése
4. Hős mutatása, hős általi dicséret
5. Mások iránti fizikai vonzalom
6. Szórakoztatás
7. Okosság, intelligencia
8. Függetlenség
9. Befejezetlen hasonlat

Beszélgetés.

Feladat: a tanulók gyűjtsenek a reklámokból példákat a különféle reklámtechnikákra.

Eladási technikák

Minden eladási módszerről állapítsuk meg, hogy mi is pontosan, és találjunk rá példát a behozott reklámok között. Beszéljünk arról is, hogy általában melyek a hatékonyabbak.

1. Garancia ajánlása
2. Ritkaság, egyszeri alkalom
3. Viszonylagos ellentétek
4. Tudományos vagy számszerű tények
5. Visszmondási lehetőség

Beszélgetés.

Etikátlan technikák

Minden módszerről állapítsuk meg, hogy mi is pontosan, és találjunk rá példát a behozott reklámok között. Beszéljünk arról is, hogy általában melyek a hatékonyabbak.

1. „csali és csere”
2. félelmek kihasználása
3. túlzott állítások, eredeti összefüggésből kiemelt idézetek

Beszélgetés.

8-2 tevékenység.

Gyakori megtévesztő reklámok

Minden alábbi reklámtípusról beszéljünk, hogy mit takar, milyen technikát használnak, és melyek a figyelmeztető jelek.

- Gyors meggazdagodási módszerek
- Egészségügyi átverés
- Mégtévesztő termékbemutatók

Beszélgetés.

Neked melyik technika tetszik?

8-3 tevékenység.

Eladásra összpontosító tv műsor

1. Meghatározás
2. Használt technikák és ösztönzők

Beszélgetés.

A reklámok felmérését, elemzését segítő alapelvek

1. A reklám érzéseket kelt benned? Próbálj túllépni az érzéseken (elsősorban hiúság), és fedezd fel mit is mond (vagy mit hallgat el) a bemutató a termékről.
2. Melyek a termék különleges jellemzői, tulajdonságai? Biztos, hogy szükséged van ezekre?
3. Keresd a hirdetésben a félrevezetést, hamis állítást.
4. Légy résen a félrevezető reklámokat illetően (amelyek valótlan állításokat tartalmaznak a termékről, szolgáltatásról).
5. Olvasd el az apró betűs írást és légy figyelmes.

Beszélgetés.

Csoporttevékenység. A tanulók hozzanak létre egy felmérő lapot, ami segítségével a reklámok hasznosságát lehet mérni.

Próbáld ki! Készíts reklámot!

1. Csoporttevékenység
2. Bemutató az osztály előtt
3. Osztálybeszélgetés

8-4 tevékenység.

Mérd fel a tudásod a reklámokról

1. Írásbeli feladatok

8-5 tevékenység.

Nyolcadik leckéhez tartozó kvíz.

Kvíz.

Ismeretfelmérő

Az üresen hagyott helyre írd be annak a reklámtechnikának a betűjét, amely talál a leíráshoz.

- | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a) csatlakozz a bandához | f) félelmek kihasználása | j) garanciák |
| b) hős általi dicséret | g) fizikai vonzalom | k) egyedülálló lehetőség |
| c) befejezetlen hasonlat | h) lemondási lehetőség | l) tudományos |
| d) függetlenség | i) számokra való | hivatkozások |
| e) gazdagodj meg gyorsan | hivatkozás | m) bevált mondások |

1. H Küldd el ezt az űrlapot a megjelölt címre, és ezután havonta 3 CD-t fogsz kapni. Ha bármikor úgy döntesz, hogy nem kellenek a CD-k, 10 napon belül visszaküldheted őket.
2. D Ha képes vagy egyedül és önállóan dönteni, próbáld ki egyik autónkat, hogy egyedülálló élményben legyen részed.
3. J Ígérjük, hogy az új aksija életfogytiglanig fog működni, különben visszaadjuk a pénztét.
4. C Ez a mosogatószer jobban hat az olajfoltokra és a többi piszkofoltokra is.
5. I Öt fogorvosból négy ezt a fogkérmét ajánlja.
6. A Mindenki más már használja ezt a terméket. Te miért nem?
7. K Ebben az árban csak korlátozott ideig! Vásárolj most, mert ezután nem lesz ilyen lehetőség.
8. L Neves orvosok sokéves kutatásai alapján egy olyan pirulát hoztunk létre, amelyet ha evés előtt egy órával beveszel, bámmennyit és bármit ehetsz anélkül, hogy meghízna.
9. M Azon találsz magad, hogy egy reklám ismert dallamát dúdolod.
10. B Ha XY, az ismert sportoló, ilyen nevű fehérneműt visel, te miért ne viselnéd?
11. G Csak egyetlen csepp a parfümünkből és soha nem lesz többé egyedül a szombati estén.
12. E Dolgozz otthonról, napi 4 órát, és keress 5000 eurót havonta.
13. F Ha attól félsz, hogy megint elvágna a vizsgán, rendeld meg tőlünk az oktatási CD-nket, amely megtanít tanulni és a vizsgákon sikeresen átmenni.

Válaszolj az alábbi kérdésekre!

14. Magyarázd meg a „csali és csere” technikát, és adj rá példát.

Arra van kitalálva, hogy a vevőt becsalja a boltba egy fantasztikus ajánlattal. Amint a boltban vagy, azt mondják elfogyott az illető termék. Helyette egy hasonló, de drágább terméket ajánlanak.

15. Magyarázd meg a bevásárlóközpontok „szuper ajánlat” és adj példát rá.

Olyan termékek reklámozása, amelyek vagy nincsenek raktáron, vagy nem kaphatók azonnal a hirdetett áron. Arra vannak kitalálva, hogy vonzzák a vásárlókat.

16. Magyarázd meg az „egyedülálló lehetőség” technikát, és adj rá példát.

Úgy van kigondolva, hogy az ajánlat nagyon olcsónak tűnjön, mivel sokan nem akanak elszalasztani olcsó termékeket, még ha nincs is szükség rájuk. Általában nyomást gyakorolnak, hogy helyben vásároljanak, ne legyen idő gondolkozni, összehasonlítani.

17. Magyarázd meg a tudományos hivatkozás technikáját és adj példát rá.

A reklám olyan tudományos „bizonyítékokra” hivatkozik, amelyek elméletileg alátámasztják a termék megízhatóságát, minőségét, és nincs törvényes megalapozottságuk.

Kvíz – nyolcadik lecke

Igaz / hamis

1. i A reklámbeli befejezetlen hasonlat hiányos információt ad a fogyasztónak.
2. i Etikátlan olyan terméket reklámozni amely nincs raktáron.
3. h A tv-beli eladási műsor jó példa a "csali és csere" technikára.
4. h A reklámban bemutatott vásárlói vélemények hasznos információkat adnak a termékről.
5. i A sürgősségre hivatkozó ajánlatokat („csak itt, csak most, csak neked”) óvatosan kell elemezni, mert gyanús.

Válaszd ki a helyeset

6. Amikor a reklámban egy közismert személy szerepel, jó példa a D technikára.

- A. csoport jóváhagyása
- B. befejezetlen hasonlat
- C. státusz
- D. hős általi dícséret

7. A könyvek, CD-k esetében gyakran használják a D technikát:

- A. viszonylagos ellentét
- B. számszerű tények
- C. befejezetlen hasonlat
- D. visszamondási lehetőség

8. A(z) B jó példa az etikátlan reklámmódszerre.

- A. tv eladási műsor
- B. összefüggésből kiemelt idézet
- C. otthoni munkát ajánlás
- D. reklámbeli árösszehasonlítás

9. Megtévesztő reklámra jó példa a(z) B technika:

- A. hős általi felkarolás
- B. gyors meggazdagodási mód
- C. félelmek kihasználása
- D. közmondások idézete

10. A reklámba foglalt leghasznosabb információ a(z) A lenne.

- A. ár
- B. felhasználók véleménye
- C. a termék tartozékainak listája
- D. tudományos hivatkozások