

Блок 3. «Реклама: желания и возможности»

Тема: «Волшебные слова рекламы»

Цель: Создать условия для умения отличать реальные свойства товара от преувеличений в рекламе, формировать критическое мышление и осознанное отношение к рекламным сообщениям.

Задачи:

- дать представление о рекламе и её назначении;
- научить распознавать рекламные приёмы и преувеличения;
- развить умение анализировать информацию и выделять факты;
- сформировать навыки создания честной рекламы на основе реальных свойств товара;
- научить детей отличать реальные свойства товара от рекламных преувеличений и ложных утверждений, развивать критическое мышление.
- закрепить умение выделять реальные свойства товара и формулировать правдивую информацию в привлекательной форме
- воспитать осознанное потребительское поведение.

Материалы:

- короткие детские рекламные ролики (2–3 шт., по 1–2 мин);
- картинки реальных товаров (яблоко, сок, игрушка, книга и т. д.);
- карточки с утверждениями о товарах (часть правдивых, часть преувеличенных/ложных);
- бумага, фломастеры, карандаши для творческого задания;
- наклейки «Лучший слоган» для поощрения.

Ход занятия:

Вводная часть (3–4 мин.)

Просмотр рекламных роликов (2 мин.)

Педагог подбирает 2–3 коротких (по 30–60 секунд) детских рекламных ролика — например, рекламу:

- фруктового сока;
- конструктора;
- шоколадных конфет с игрушкой внутри.

Перед просмотром педагог даёт установку:

«Сейчас мы посмотрим несколько рекламных роликов. Смотрите внимательно: запоминайте, **что рекламируют и какие слова используют**, чтобы заинтересовать. Потом обсудим!»

Дети смотрят ролики. Педагог следит, чтобы все были сосредоточены.

Вопросы и обсуждение (1–2 мин.)

После просмотра педагог организует беседу. Вопросы задаются поочерёдно, детям даётся время на ответ.

1. «Что рекламируют?»

- Дети называют товары: «Сок», «Конструктор Лего», «Шоколадные яйца с игрушкой».

Педагог дополняет: «Да, в этих роликах рекламируют сок, конструктор и шоколадные яйца.

Реклама нужна, чтобы рассказать о товаре и заинтересовать покупателей».

2. «Какие слова используют, чтобы заинтересовать?»

Дети приводят примеры из роликов: «Самый вкусный сок на свете!», «Конструктор, который развивает воображение!», «Волшебные яйца — внутри сюрприз!», «Не пропустите! Только сейчас!».

Педагог записывает ключевые слова на доске или проговаривает вслух, выделяя интонацией:

«самый»;

«лучший»;

«волшебный»;

«уникальный»;

«не пропустите»;

«только сейчас»;

«супер»;

«захватывающий».

3. «Вам захотелось купить этот товар? Почему?»

Ответы детей: «Да, потому что там игрушка внутри!», «Хочу сок — он выглядит вкусным!», «Конструктор красивый, хочу такой же!».

Педагог уточняет: «То есть вас привлекли слова „сюрприз“, „вкусный“, красивый“. В рекламе часто используют такие **волшебные слова** — они создают хорошее впечатление, но не всегда говорят о реальных свойствах товара».

4. «Как вы думаете, все ли слова в рекламе — правда?»

Ответы детей: «Не все», «Иногда преувеличивают»,

«Говорят „самый лучший“, а может быть и лучше»,

«В рекламе показывают, что игрушка большая, а она маленькая».

Педагог подводит к теме занятия:

«Правильно! В рекламе часто **преувеличивают**, чтобы заинтересовать. Но важно уметь отличать **реальные свойства товара** от красивых слов. Сегодня мы научимся это делать!»

Краткий вывод педагога (0,5 мин.):

«Мы посмотрели рекламу и заметили, что в ней используют особые слова: „самый“, „лучший“, „волшебный“. Они привлекают внимание, но не всегда говорят правду.

Сегодня мы будем учиться:

- отличать реальные свойства товара от преувеличений;
- понимать, что действительно важно в товаре;
- придумывать честную рекламу — без преувеличений.

Переходим к играм и заданиям!»

Основная часть (12–14 мин.)

Игра «Правда или обман» (7 мин.)

Материалы:

- карточки с утверждениями (по 4–5 шт. на каждый товар);
- картинки реальных товаров (яблоко, сок в упаковке, мягкая игрушка, книга, рюкзак);
- два больших знака: «Правда» (зелёный) и «Обман/Преувеличение» (красный)

Правила игры:

1. Педагог зачитывает утверждение с карточки.
2. Дети хором отвечают: «Правда!» или «Преувеличение!».
3. Один ребёнок выходит к доске, прикрепляет карточку под соответствующим знаком и объясняет свой выбор.
4. Педагог дополняет и уточняет ответ.
5. Дети находят на картинке товара реальное свойство, о котором шла речь.

Примеры карточек с утверждениями:

- **Для яблока:**

«Это яблоко — самое вкусное в мире!» (преувеличение — вкусы у всех разные);

«В этом яблоке много витаминов» (правда — яблоки содержат витамины С и А);

«Если есть это яблоко, станешь самым сильным!» (преувеличение — одно яблоко не даст суперсилы);

«Яблоко растёт на дереве» (правда).

- **Для сока:**

«Этот сок сделает тебя счастливым!» (преувеличение);

«Сок сделан из настоящих фруктов» (может быть правдой — зависит от состава);

«Самый лучший сок на планете!» (преувеличение);

«В соке есть витамин С» (правда, если сок фруктовый).

- **Для мягкой игрушки:**

«Эта игрушка принесёт тебе удачу!» (преувеличение/ложь);

«Игрушка сшита из мягкой ткани» (правда);

«С этой игрушкой ты никогда не будешь грустить!» (преувеличение);

«У игрушки большие добрые глаза» (правда, если это видно на картинке).

Комментарии педагога в процессе игры:

«Молодец, что заметил: „самый вкусный“ — это преувеличение. У всех разные вкусы! А вот „содержит витамины“ — это реальное свойство, его можно проверить».

«Правильно, „принесёт удачу“ — это просто красивые слова. А „сшит из мягкой ткани“ — мы видим это на картинке, значит, это правда».

Творческое задание: придумать честную рекламу для яблока (5–7 мин.)

1. Обсуждение реальных свойств яблока (1–2 мин.):

педагог показывает картинку яблока и задаёт вопросы:

«Какое оно на вкус?» («Сладкое, кислое, кисло-сладкое»);

«Какое на ощупь?» («Гладкое, твёрдое»);

«Какого цвета бывает?» («Красное, зелёное, жёлтое»);

«Чем полезно?» («Содержит витамины, помогает быть здоровым, укрепляет зубы»);

«Где растёт?» («На деревьях в саду»).

педагог записывает ответы на доске или проговаривает вслух.

2. Пример честной рекламы

педагог даёт образец:

«Яблоко — вкусное и полезное! Оно сочное, сладкое или кислое — на любой вкус. В яблоке много витаминов, оно помогает быть здоровым. Ешьте яблоки каждый день!»

3. Создание собственных вариантов (2–3 мин.):

дети придумывают свои слоганы и короткие тексты рекламы;

можно предложить оформить рекламу на листе бумаги: нарисовать яблоко и написать слоган рядом;

педагог помогает тем, кто затрудняется: «Что ещё можно сказать про яблоко? Как сделать описание привлекательным, но правдивым?».

4. Презентация работ (1–2 мин.):

несколько детей зачитывают свои варианты вслух;

остальные хлопают в ладоши в знак одобрения.

Примеры детских слоганов:

«Яблоко — сочное и хрустящее, ешь на здоровье!»;

«Витамины в каждом яблоке — выбирай полезное!»;

«Красное, зелёное, жёлтое — яблоко всегда вкусное и полезное!»;

«Яблоко из сада — для силы и здоровья!»;

«Хрусти яблоком — будь здоров!»;

«Яблоко: вкусно, полезно, растёт в саду!».

Комментарии педагога:

«Отличный слоган! Ты подчеркнул реальное свойство — „растёт в саду“. Это правда, и звучит привлекательно».

«Хорошо, что ты написал „полезно“ и „вкусно“ — это реальные качества яблока. И звучит очень аппетитно!»

Заключительная часть (4–5 мин.)

Обсуждение (2–3 мин.)

Педагог организует обсуждение, задавая вопросы и стимулируя детей к размышлению.

1. «Зачем в рекламе преувеличивают?»

Дети отвечают: «Чтобы продать товар», «Сделать его интереснее», «Заманить покупателей», «Показать лучше, чем есть на самом деле», «Привлечь внимание».

Педагог дополняет и систематизирует ответы:

главная цель рекламы — **продать товар**;

преувеличения и «волшебные слова» (**самый, лучший, уникальный**) привлекают внимание;

реклама старается вызвать эмоции: радость, любопытство, желание обладать вещью;

но не все обещания в рекламе соответствуют реальности.

Пример педагога:

«Если написать просто „Яблоко — фрукт“, никто не обратит внимания. А если сказать „Волшебное яблоко, которое сделает тебя сильным!“ — захочется попробовать. Но сила появляется не от одного яблока, а от здорового питания в целом».

2. «Как понять, нужен ли товар?»

Дети предлагают: «Подумать, пригодится ли», «Спросить маму или папу», «Посмотреть, сколько стоит», «Проверить, что умеет», «Сравнить с тем, что

уже есть», «Решить, как буду использовать».

Педагог формулирует простые правила принятия решения:

1. **Задай себе вопрос:** «Мне это действительно нужно? Для чего я буду это использовать?».
2. **Проверь реальные свойства:** что умеет этот товар, из чего сделан, как работает.
3. **Подумай о цене:** стоит ли он своих денег? Можно ли найти что-то дешевле или лучше?
4. **Посоветуйся с родителями:** они помогут оценить, насколько покупка разумна.
5. **Не спеши:** если очень хочется — подожди день-два.

Если желание не пропало — возможно, это действительно нужно.

Пример педагога:

«Перед покупкой спроси себя: „У меня уже есть похожая игрушка?“, „Буду ли я играть с ней часто?“, „Может, лучше попросить что-то другое?“».

Вывод

Педагог подводит итог занятия, формулируя главный вывод и закрепляя его в короткой запоминающейся фразе:

«Сегодня мы узнали, что **реклама привлекает внимание, но нужно думать, действительно ли это нужно.**

Запомните три правила:

1. **Не верь всем „волшебным“ словам в рекламе** («самый», «лучший», «волшебный»).
2. **Ищи реальные свойства товара** — что он умеет, из чего сделан, для чего нужен.
3. **Перед покупкой подумай и посоветуйся с родителями.**

Давайте повторим вместе: **„Реклама привлекает внимание, но нужно думать, действительно ли это нужно!“»**

Дети хором повторяют фразу.

Педагог добавляет короткую рифмовку для лучшего запоминания:

«Реклама манит, реклама зовёт,
Но разумный выбор сам тебя спасёт!

Смотри на свойства, слушай совет —
И будет покупка на много лет!»

Дети повторяют рифмовку.

Поощрение за лучшие честные слоганы

Педагог вручает наклейки «Лучший слоган» авторам самых удачных вариантов честной рекламы яблока:

«Вы сегодня отлично поработали! Научились отличать правду от преувеличений и придумали замечательные честные рекламы. Эти наклейки — знак вашего умения мыслить критически.

Носите их с гордостью и не забывайте правило:

„Думай, прежде чем покупать!“»

При вручении педагог отмечает конкретные достоинства:

- «Твой слоган правдивый и понятный — молодец!»;
- «Ты выделил важное свойство яблока — хорошо!»;
- «Твой вариант рекламы полезный и честный — отлично!»;
- «Ты использовал простые слова, но они точно описывают яблоко — это и есть честная реклама!»;
- «Ты придумал, как сделать описание привлекательным без преувеличений — настоящий талант!».

Завершение занятия:

«Спасибо за активность, интересные мысли и честные рекламы! Теперь вы знаете, как не попасться на уловки рекламы и принимать осознанные решения. До новых встреч, юные критики рекламы!»

Методические рекомендации:

- Во время обсуждения поощряйте развёрнутые ответы: «Почему ты так думаешь?», «Приведи пример», «Как это проверить?».
- Связывайте с опытом детей: «Бывало ли, что после покупки ты пожалел?», «Кто видел рекламу, где обещали „самый лучший“, а оказалось не так?», «Как родители выбирают товары?».
- В течение недели отмечайте успехи: «Сегодня Ваня не попросил купить игрушку, потому что подумал, нужна ли она — молодец, настоящий критик рекламы!».

- Предложите детям дома с родителями найти примеры преувеличений в реальной рекламе и обсудить их.
- Организуйте в группе стенд «Честная реклама» — разместите лучшие детские слоганы и рисунки.
- На следующем занятии можно продолжить тему: разобрать реальные рекламные объявления, поиграть в «Создай честную рекламу для разных товаров», обсудить, как реклама влияет на желания.