**Классный час**

**Тема: «СМИ без прикрас»**

**6 класс**

Рекламодатели используют мощные, изощренные технологии воздействия на потребителей и способы манипулирования ими, побуждая покупать определенные товары и прививая определенные идеи и жизненные принципы.

Подросткам необходимо умение распознавать попытки рекламодателей отвлечь их от осуществления жизненных целей.

**Цель:** Научить детей распознавать смысл, скрытый за внешним содержанием рекламы.

**Задачи:**

1. Рассмотреть примеры современной рекламы.
2. Объяснить, какие приемы используются для продажи товара.
3. Оценить действенность рекламы.

**Ход классного часа**

Необходимо заранее подготовить образцы рекламы.

Классный час начинается со следующей сценки:

Учитель должен взять чистую бутылочку из под шампуня, наполненную водой или другой жидкостью. На глазах учеников он пьет воду из бутылочки и рассказывает о том, как полезно пить шампунь каждый день: зубы становятся белыми, кожа - румяной, ногти – блестящими и крепкими. Да и волосы мыть больше не надо, потому что шампунь очищает изнутри…В этот момент учитель может дать волю своей фантазии. После шутливой рекламы, учитель спрашивает учеников, что они думают о новом товаре, и нет ли желающих попробовать его.

Слова учителя:

- Вы, конечно, знаете, что шампунем обычно моют голову, но я постараюсь вас убедить в том, что его можно использовать и по-другому. Рекламодатели используют средства массовой информации – телевидение, радио, газеты и журналы, рекламные щиты – чтобы продать нам не только сам товар, но и нечто большее. Нередко вместе с товаром они «продают» нам стиль жизни, идею или принцип, который приносит выгоду рекламодателю, но никак не потребителю. Кроме того, иногда для продвижения товара они пользуются нечестными приемами.

Теперь давайте посмотрим на приготовленные мною образцы рекламы и попытаемся решить, какую идею они пытаются донести до потребителя. Затем мы определим, истинная это идея или ложная, и запишем на доске свои соображения. Постарайтесь обнаружить незаметные на первый взгляд мысли, для передачи которых используются не только слова, но и зрительные образы, в том числе жесты и позы моделей.

[ Разделите доску на две части: ФАКТ и ВЫМЫСЕЛ. Попросите учеников сформулировать главную мысль их рекламы, а затем всем классом определите, факт это или вымысел. После этого заполните соответствующую колонку.]

 **Пример таблицы, которая должна получиться:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ПРОДУКТ** | **ФАКТ** | **ВЫМЫСЕЛ** |
| Шампунь  | Шампунь помогает вымыть голову | Шампунь способствует тому, чтобы вас пригласили на свидание |
| Зубная паста | Зубная паста помогает очистить зубы от бактерий и частичек пищи  | Если использовать пасту конкретного производителя, больше людей захотят вам улыбнуться |
| Лак для волос | Лак для волос помогает уложить волосы | Если использовать лак определенной марки, больше людей захотят провести рукой по вашим волосам |
| Готовый завтрак | Готовый завтрак дает организму энергию | Хлопья определенной марки делают вас привлекательней |
| Автомобиль | Автомобиль- транспортное средство, особенно полезное для поездок на большие расстояния | Заставит других людей полюбить вас |
| Водка  | Водка – крепкий алкогольный напиток, который притупляет чувства и мысли | Крепкий напиток, который делает мужчину сильным и смелым |
| Джинсы | В джинсах удобно гулять | Вы добьетесь популярности, если будете носить джинсы определенной марки |

Итак, мы постарались разобраться какими методами пользуются рекламодатели, чтобы повлиять на наш выбор и, в случаях, побудить нас к пагубным для нас решениям. Очень важно помнить, что воздействие рекламы на человека может быть очень сильным.