



## KARTA PRACY UCZNIĄ

### REKLAMA = INFORMACJA + PERSWAZJA

#### 1. Oglądając filmik reklamowy, odpowiedz na poniższe pytania:

- a) Jakie kolory dominują w warstwie wizualnej spotu?
- b) Kto pełni rolę autorytetu (wyjaśnia dziewczynce sytuację)?
- c) Dlaczego – zgodnie z komunikatem reklamowym – oferowany produkt jest przyjazny dla środowiska?
- d) Jaki brzmi slogan i kiedy się pojawił?
- e) Czy w reklamie pojawiły się jakieś informacje zapisane na ekranie (też informacje zapisane małym drukiem?) Jeśli tak, to czy pamiętasz kiedy i jakie?
- f) Dlaczego Twoim zdaniem copywriterzy zdecydowali się właśnie na taki pomysł na filmik reklamowy?

Źródło: [https://www.youtube.com/watch?v=ygonIjEQkoM&ab\\_channel=VanishPolska](https://www.youtube.com/watch?v=ygonIjEQkoM&ab_channel=VanishPolska)

*The project is co-financed by the Governments of Czechia, Hungary, Poland and Slovakia through Visegrad Grants from International Visegrad Fund. The mission of the fund is to advance ideas for sustainable regional cooperation in Central Europe  
This project was made possible through Strategic Grant No. 22020071 from the International Visegrad Fund.*



## 2. Wykonaj zadanie wraz ze swoją grupą.

<b>Grupa I</b> Skoncentruj się na warstwie wizualnej początku komunikatu. Opisz początek reklamy (pierwsze kadry filmu zanim nastąpi wypowiedź dziewczynki, czas: 00:00-00:04; oglądaj filmik bez dźwięku). Zastanów się, ile osób łącznie widzimy w tej części filmiku, kto pojawia się w danym momencie, jak wygląda (w tym: jak jest ubrany, jakie rekwizyty ma ze sobą), jaka panuje atmosfera (jakie były oczekiwania dziewczynki i grupy, z którą przyszła, a jakie okazały się realia)?	<b>Grupa IV</b> Oglądaj filmik bez dźwięku – w czasie 00:09-00:15 małymi literami pojawia się napis: <i>Dotyczy bawełnianej koszulki o gramaturze 250 g. Na podstawie: Water Footprint Network, Product Gallery</i> , <a href="http://www.waterfootprint.org/en/resources/interactive-tools/product-gallery">http://www.waterfootprint.org/en/resources/interactive-tools/product-gallery</a> .  Wejdź na tę stronę i przygotuj krótką informację, co się na niej znajduje (Uwaga! Strona jest po angielsku).
<b>Grupa II</b> Spójrz na transkrypcję tekstu (s. 3. karty pracy). Komunikat reklamowy można umownie podzielić na 3–4 części (ostatnia z nich to powtórzenie informacji, uzasadnienie i zarazem podsumowanie). W którym miejscu można wyznaczyć granice między tymi częściami?	<b>Grupa V</b> Opisz obrazy, które pojawiają się na kolejnych kadrach filmiku: 00:18-00:45 (oglądaj filmik bez dźwięku). Zastanów się, w jakich miejscach jest kręcony filmik, czy są tam zbliżenia, czy widzimy coś z oddali, czy wszystko, co związane z <i>Vanishem</i> , przedstawione jest tylko w przestrzeni łazienki? Krótko opisz niemych bohaterów drugiego i trzeciego planu. Co przedstawiają ostatnie kadry filmiku?
<b>Grupa III</b> Skoncentruj się na grze obrazów w filmiku w następującym jego czasie: 00:05-00:18 (oglądaj filmik bez dźwięku). Zastanów się, co widzimy w tle (na dnie wyschniętego jeziora) i jakie to w Tobie wzbudza uczucia; co dzieje się z bawełnianymi koszulkami postaci występujących w filmiku.	<b>Grupa VI</b> Przeanalizuj informacje zawarte w linku podanym na końcu komunikatu:  <a href="http://www.NosUbraniaDluzej.pl">www.NosUbraniaDluzej.pl</a>

*The V4 Humanities Education for the Climate. Diagnoses – Best Practices – Recommendations [HEC]*

**3. Spójrz na poniższą transkrypcję tekstu reklamy. Przeanalizuj stronę językową komunikatu. Co Twoim zdaniem jest przykładem językowego środka perswazji w tym tekście?**

a) Wskaż fragmenty tekstu, które ukazują użycie Vanisha jako sposób na oszczędność wody. Co robi Vanish? Przytocz odpowiednie cytaty (czasowniki w opisujące oczekiwane działanie produktu). Jakie działanie perswazyjne ma użycie czasowników w takiej formie?

b) Podaj przykłady użycia trybu rozkazującego w przytoczonym komunikacie. Jak myślisz, czemu one służą? W której osobie i liczbie gramatycznej zostały użyte i jaki to miało cel?

---

**Vanish – Noś ubrania dłużej. TRANSKRYPCJA TEKSTU**

*[widzimy dziewczynkę, a następnie kilkoro dorosłych i dzieci – zapewne spokrewnionych]*

DZIEWCZYŃKA *zawiedziona, zaniepokojona*

Tato, dlaczego w tym jeziorze nie ma wody?!

TATA

Córciu, część wody jest w naszych ubraniach *[ojciec kuca, aby być na linii wzroku dziecka i dzięki temu być jego „równoprawnym” partnerem w rozmowie]*.

Wyprodukowanie jednej koszulki pochłania prawie dwa i pół tysiąca litrów wody, a mamy ich tak wiele – zakładamy je tylko kilka razy, a potem kupujemy nowe.

Możemy to zmienić, dbając o nasze ubrania. Vanish skutecznie je odplami, ochroni kolory i zwalczy nieprzyjemne zapachy.

Jeden T-shirt to prawie dwa i pół tysiąca litrów wody *[napis: 2500 litrów wody]*, możesz nadal wyglądać w nim świetnie i czuć się dobrze...

DZIEWCZYŃKA *kończy zdanie taty*

Bo robisz coś dobrego dla natury. Podejmij wyzwanie Vanisha i noś ubrania dłużej, wodę zostaw naturze.

*[napis: Vanish. Oxi action – noś ubrania dłużej, wodę zostaw naturze; poniżej link do strony: [www.NosUbraniaDluzej.pl](http://www.NosUbraniaDluzej.pl)]*

*The project is co-financed by the Governments of Czechia, Hungary, Poland and Slovakia through Visegrad Grants from International Visegrad Fund. The mission of the fund is to advance ideas for sustainable regional cooperation in Central Europe  
This project was made possible through Strategic Grant No. 22020071 from the International Visegrad Fund.*



#### 4. Zadanie domowe

a) **Zredaguj samodzielnie notatkę z lekcji pt. *Reklama a/i ekologia***

(forma notatki jest dowolna – linearna, hasłowa, rysunkowa – *sketchnoting*).

Zawrzyj w notatce następujące elementy:

- wyjaśnienie, co to jest reklama;
- wyjaśnienie, dlaczego komunikaty reklamowe często wykorzystują motywy ekologiczne;
- wymienienie/przedstawienie środków perswazji i manipulacji, które często są wykorzystywane w celu ukazania produktu jako przyjaznego dla środowiska;
- ocenę analizowanej reklamy produktu *Vanish. Oxy action* i jej uzasadnienie;
- informację, co realnie musimy robić, by dbać o środowisko (i możemy to zrobić też bez *Vanisha*).

Czas na realizację zadania: 1 dzień.

b) **Przygotuj w dwu-, trzyosobowej grupie krótki komunikat reklamowy (plakat lub kilkunastosekundowy filmik) dotyczący jednego z poniższych tematów (do wyboru):**

- sprzątanie lasu,
- ochrona lasów przed wycinką,
- segregacja odpadów,
- oszczędzanie energii elektrycznej,
- oszczędzanie wody,
- ograniczanie zużycia plastiku,
- aktywne spędzania czasu na świeżym powietrzu.

Pamiętaj o odpowiednich: kolorystyce, logo, symbolach/motywach ekologicznych, hasła promującym (sloganie), językowych środkach perswazji itd.

Czas na realizację zadania: 2 tygodnie.

