

KOULUKINON OPPIMONISTE 4-9 lk

OPPIMONISTE MAINONNAN KÄSITTELYYN – MAINONTA JA MEDIAKASVATUS

Nuoret elävät kuvallisen viestinnän keskellä, jossa sanomilla on usein kaupallinen tarkoitus. Mainonnassa käytetään yleisesti hyväksi murrosikään liittyvää epävarmuutta. Vaatteilla, kengillä, kauneudenhoitotuotteilla ja erilaisilla tavaroilla "myydään" kauneutta, varmuutta, yhteenkuuluvuutta ja onnea - elämäntapaa.

Tavoite

Tämän oppimistehtävän tavoitteena on, että oppilaat tuntevat mainonnan tarkoituksperiä ja keinoja. He pystyvät tulkitsemaan, analysoimaan sekä tarkastelemaan mediaa kriittisesti sekä erottamaan mainontaa ja muita kaupallisia sanomia.

ENNAKKOTEHTÄVIÄ ENNEN ELOKUVAN KATSOMISTA

1. ETSITÄÄN MARKKINOINTIVIESTINTÄÄ

Oppilaat etsivät eri mediamuodoista valitsemansa yrityksen mainontaa ja pohtivat kunkin mainoksen kohdalla onko mainosten tarkoituksena:

- kertoa hyödykkeen olemassaolosta,
- saada asiakas kiinnostumaan tuotteesta,
- saada asiakas tiedostamaan tarvitsevänsä tuotteen,
- saada asiakas ostamaan tuotteen vai saada asiakas ostamaan uuden tuotteen tai liitännäistuotteita.

Arvioitava markkinointiviestintä voi olla esim. jokin

- hampurilaisketjun
- virvoitusjuomia valmistava yrityksen
- merkkivaatteita myyvän yrityksen
- pesuaineita myyvän yrityksen

2. TUTKITAAN TARKEMMIN

a) Etsi piilomainoksia.

Piilomainonnalla tarkoitetaan että mainos tai muu markkinointiviestinnän tuote ei näytä mainonnalta vaan se on esim. rakennettu uutisen tai lehden muotoon. Maksetut ilmoitukset laaditaan joskus muistuttamaan toimituksellisen aineiston esitystapaa.

b) Lue lehtiä ja tutki, onko aikauslehdissä esim. kosmetiikkaa tai uutta tekniikkaa esittelevän jutun joukkoon eksynyt tuotteen "ylikorostusta" ostokehutuksia eli tekstimainontaa.

c) Etsi "tuoteperheitä" joihin kuuluu elokuva, lelut, vaatteet, peli, nettisivut jne. Ne ovat mainontakokonaisuuksia eli mainoksia joihin kuuluu vaikkapa piirretty elokuva, jonka on luonut ja rahoittanut esim. leikkikalun tai tietokonepeliteollisuus kuitenkin ensisijaisena tarkoituksenaan myydä filmin aiheeseen kuuluvia olioita ja hahmoja.

4) Mieti oletko tavannut elokuvissa käydessäsi tuotesijoittelua, eli onko elokuvan sankarilla ollut käytössä joitakin merkkituotteita ja logot ovat olleet selkeästi tunnistettavissa.

ELOKUVAN ANALYSOINTI MAINONNAN NÄKÖKULMASTA

1. Miten mainonta näkyy elokuvassa?

2. Millaisia rooleja löysitte elokuvasta?
3. Miten todellisia roolihenkilöt ovat?
4. Missä muualla tapaat tällä tavalla kuvattuja stereotyyppiteltyjä hahmoja?
5. Valitse elokuvasta yksi roolihenkilö ja rakenna henkilön elämäntapa käsitekartaksi.

Roolihenkilön:

- kiinnostuksen kohteet
- käyttäytyminen
- kulutustottumukset
- puhetyyli
- minäkäsitys eli millaisen roolihenkilö pitää itseään
- millainen on roolihenkilön ulkomuoto

Lopuksi mieti millaiseen markkinoinnin kohderyhmään henkilö kuuluisi

TEHDÄÄN ITSE MAINOKSIA ERI MEDIOIHIN

Ota mainostajan rooli tehtävänäsi on markkinoida esim. elokuvan henkilön mukaan nimettyä tuotesarjaa, suunnittele roolihenkilölle sopiva mainos

Mieti mihin mediaan (netti, radio, TV, lehti, tai elokuva, mainontakokonaisuus jne.) teet mainoksen. Perustele miksi.

Mieti millä keinoilla:

- herätetään kohderyhmän huomio
- saadaan mielenkiinto heräämään
- saadaan kuluttaja haluamaan tuotetta
- saadaan kuluttaja ostamaan tuote

Mainonnan toteuttamisen vaihtoehtoja esim. ryhmätyönä

1. Suunnittele fiktiivinen draama johon on sisäänrakennettu mainontaa. Mainos voi sisältää

- a) tuotesijoittelua
- b) tietynlainen elämäntapa
- c) mainontakokonaisuus oheistuotteineen

2. Tee videomainos. Käsikirjoita ja kuvaa mainos.

3. Nauhoita äänimainos

4. Toimittajan roolissa, tee kaksi lehtijuttu tietokoneella katsomastasi elokuvasta, toinen sisältäen tekstimainontaa ja toinen elokuva arvosteluna.

5. Suunnittele mainontaa käyttäen seuraavia mainonnan kikkoja:

- Tee sarja - niin ostajalta aina puuttuu jotain
 - o Tyypillisenä esimerkkinä keinon käyttämisestä on lasten lelut, mutta myös aikuisille suunnatuissa tuotteissa käytetään samaa tekniikkaa. Pakkauksessa lukee esim. "tutustu myös muihin sarjan tuotteisiin".
- Tee nippu - niin kaikki ostavat enemmän
 - o Myymälöissä tuotteita myydään tuotteita niputettuina esim. sukia, maalisiveltimiä, paitoja jne. Ostajalle tulee kuva siitä että samalla rahalla saa enemmän.
- Käytä hintalapuissa punaista ja keltaista niin kaikki luulevat ainutlaatuisiksi tarjoukseksi
 - o Ostajilla on mielikuva, että kirkkaat värit hintalapuissa kertovat tarjouksesta ja edullisuudesta. Väri herättää ja saa ostajan kiinnostumaan tuotteesta samalla on mielessä edullisuus.
- Väitä että tavarain ostamalla voi kuulua porukkaan ja saada kavereita

- o Erityisesti nuorille suunnattuja tuotteita myydään ihmisen luonnollisilla sosiaalisilla tarpeilla. Mainokseen voi liittyä kuva iloisesta trendikkäästä joukosta tai mainoslauseessa voi olla jotain mikä kuvaa menestystä sosiaalisessa elämässä.
- Tee vanhasta uusi niin kaikki ostavat saman tavaran uudestaan
 - o Tuotteet muuttavat aika ajoin nimeä tai pakkausta tai tuotteen väriä tai muuta ulkoista ominaisuutta. Tuote tuodaan markkinoille uudistuneena, jolloin ostajat kiinnostuvat helpommin tuotteesta uudelleen, vaikka kyseessä olisi vanha tuttu tuote vähän eri kuosissa.
- Laita tavara sankarin päälle niin kaikki ostavat sen koska luulevat siten itsekin olevansa sankari
 - o Perinteinen tapa myydä tuotteita on väittää mainoksessa jonkun julkisuuden henkilön käyttävän tuotetta. Tyypillisesti elokuvatähdet ja menestyneet urheilijat ovat tehneet työkseen myös mainoksia.

6. Rakenna mainoskollaasi leikkaamalla erilaisia kuvia lehdistä.

7. Tee antimainos esim. muokkaamalla vastakuvaksi jo olemassa oleva mainos tai luomalla itse oma mainos jossa käytetään mainonnan keinoja käänteisesti.

Lisätietoja tehtäviin löytyy Kuluttajaviraston web-sivuilta. Tutustu opettajalle osion [Tietoa mainonnasta](#) materiaaliin.

Työryhmä:

Taina Männistö, Suunnittelija, Kuluttajavirasto

Puh (09) 7726 7579

taina.mannisto@kuluttajavirasto.fi

Anna-Liisa Puura-Castrén, Projektisihteeri, Koulukinoyhdistys

Puh (09) 622 5520

anna-liisa.puura-castren@koulukino.net