

PROGRAM EDUKACYJNO - PROFILAKTYCZNY

„REKLAMA A RZECZYWISTOŚĆ WPŁYW MASS MEDIÓW NA MŁODEGO CZŁOWIEKA”

**OPRACOWAŁA:
AGNIESZKA DITRYCH**

**Bursa Szkolna
Stargard Szczeciński 2014**

Myśl przewodnia

Reklama pojawia się wszędzie, niepozornie wkrada się w codzienność, w swym pakiecie ofiarując obietnicę spełnionych marzeń. Jest w mediach, na billboardach, w prasie... kusi i zachęca. Powiadają, „reklama dźwignią handlu”. Prowokuje do nabycia nowych, zbędnych towarów, coraz częściej skłania nas do „mieć” niż „być”. Przez pryzmat tego co posiadamy patrzymy na siebie i innych. Kwestie materialne odgrywają priorytet, namacalną pozycję i prestiż.

Kult piękna, to kolejna odsłona zniewolenia kulturą masową... perfekcyjne dążenie do doskonałości, bycia pięknym, szczupłym, młodym - nie ma miejsca na wartości i morale. Liczy się tu i teraz. To pułapka, a jej konsekwencje są dotkliwe, ranią i pozbywają złudzeń, niejednokrotnie płacimy zdrowiem, a nawet życiem za swoją próżność i naiwność. Zatracamy samych siebie. Jesteśmy w stanie zrobić wszystko, a na pewno wiele by osiągnąć wymarzone rezultaty... ale czy to rzeczywiście nas ubogaci, uszczęśliwi, rozwiąże każdy problem? My sami jesteśmy odpowiedzialni za scenariusz życia, a pozwalamy by wielkie koncerny biznesu zawładnęły nami, tym samym w teatrze życia gramy marne role marionetek, nieświadomi, że wkraczamy w świat iluzji i fantazji dalekiej od rzeczywistości, bo rynek marketingowy jest bezlitosny, a jego celem jest zysk! W kamuflażu doskonałości celebryci i inne znane osoby publiczne. Są tacy jak my. A ich perfekcyjny wizerunek to praca całego sztabu profesjonalistów od wizerunku, w towarzystwie photo-shopa (program do obróbki zdjęć), a my wierzymy w to co widzimy...

Uczestnikom programu edukacyjno-profilaktyczny „Reklama a rzeczywistość”, pragnę przedstawić obraz świadomego odbioru i selekcji informacji jakie nas otaczają. Tym samym chciałabym zapoznać wychowanków z konsekwencjami pochopnych wyborów, jakie młodzi ludzie popełniają pod presją mody. A otaczająca rzeczywistość z reklamą w tle to złudna nadzieja drogi do perfekcji, bo wady i zalety są wpisane w każdego z nas, dzięki czemu jesteśmy niepowtarzalni i interesujący, jednakże musimy polubić siebie takimi jakimi jesteśmy- a to co oferują nam mas media – to fałszywy obrazem przepisu na sukces.

CELE

Cele główne:

- kształtowanie świadomej postawy wychowanków wobec otaczających mas mediów,
- wzmocnienie odporności uczniów na manipulację i wzmocnienie świadomego odbioru komunikatu reklamowego,
- budowanie i wzmacnianie poczucia własnej wartości, wzrost samooceny.

Cele szczegółowe:

- zapoznanie wychowanków z pojęciami: mas media, reklama, manipulacja, perswazja, świadoma postawa,
- wskazanie form, mechanizmów i sposobów manipulacji, a także obrona przed nimi,
- świadomość skutków dążenia do doskonałości - choroby psychiczne i fizyczne (anoreksja, bulimia), operacje plastyczne / zaniżona samoocena (izolacja społeczna),
- dostrzeżenie zalet i wad reklamy jako komunikatu perswazyjnego,
- akceptacja siebie kim jestem,
- praca własna nad wadami nie musi być złem koniecznym.

WARUNKI REALIZACJI

- formalna zgoda dyrektora bursy na realizację programu,
- posiadanie przez prowadzących zajęcia odpowiednich kwalifikacji i kompetencji,
- uczestnicy programu – wychowankowie bursy szkolnej w Stargardzie Szczecińskim - uczniowie gimnazjum i szkół ponadgimnazjalnych.,
- liczba uczestników: 10 – 20 w grupie,
- zasady rekrutacji wychowanków na zajęcia; obowiązkowy udział wychowanków na wszystkich trzech spotkaniach,
- nabór w porozumieniu z wychowawcami grup,
- podstawowe kryterium rekrutacji: osoby wymagające zmiany postrzegania siebie,

- liczba zajęć: 3.
- czas trwania zajęć w wymiarze 1 - 2 godziny zegarowe.
- miejsce zajęć: sala dostosowana do zajęć audiowizualnych.

TREŚCI

LP.	TEMATY ZAJĘĆ	CELE SZCZEGÓŁOWE	SPODZIEWANE EFEKTY
1	<p>Czy jestem towarem? W jaki sposób reklama wpływa na moją osobę? Omówienie świadomej postawy wobec otaczających mass mediów:</p> <ul style="list-style-type: none"> - istota mass mediów, - świadomość odbiorców. 	<ul style="list-style-type: none"> - zapoznanie wychowanków z pojęciami: mass media, reklama, manipulacja, perswazja, świadoma postawa. 	<p>Uczestnicy:</p> <ul style="list-style-type: none"> - znają pojęcia: mas media, reklama, manipulacja, perswazja, świadoma postawa, i rolę jaką pełnią na co dzień w ich życiu, - reprezentują właściwą postawę wobec napływających informacji - są świadomi trików mass mediów.
2	<p>Czy jestem marionetką? kto i co ma wpływ na to kim chcę być?</p> <ul style="list-style-type: none"> - wpływ trendów i reklamy na podejmowane decyzje, - skutki nieprzemyślanych decyzji : (pod presją mody i reklamy /zdrowotne/estetyczne/społeczne/ekonomiczne) 	<ul style="list-style-type: none"> - wskazanie form, mechanizmów i sposobów manipulacji, a także obrona przed nimi, - wiadomość skutków dążenia do doskonałości-choroby psychiczne i fizyczne (anoreksja, bulimia) / operacje plastyczne / zaniżona samoocena (izolacja społeczna). 	<p>Uczestnicy:</p> <ul style="list-style-type: none"> - wiedzą, jakie wpływ ma moda i reklama na podejmowane decyzje, - znają działanie manipulacji stosowanej w reklamie, - znają skutki nieprzemyślanych decyzji podejmowanych pod wpływem mody.
3	<p>Kim jestem, kim się staję? czyli jak nie dać się zwariować.</p> <ul style="list-style-type: none"> - reklama nie musi być zła, - lubię siebie, - wady to nieodzowna część nas. 	<ul style="list-style-type: none"> - dostrzeganie zalet i wad reklamy jako komunikatu perswazyjnego, - akceptacja siebie kim jestem, - praca własna nad wadami nie musi być złem koniecznym. 	<p>Uczestnicy:</p> <ul style="list-style-type: none"> - są świadomymi odbiorcami reklamy, - są świadomi siebie, swoich zalet i wad, - podejmuje działania w celu pracy nad wadami, czerpią satysfakcję z osiągniętych sukcesów.

METODY I FORMY REALIZACJI

1. METODY:

Metody słowne:

- pogadanka,
- dyskusja,
- opowiadania.

Metody te - stosowane w czasie zajęć - mają na celu skłonić uczestników do zastanawiania się, pobudzania, zainteresowania tematem i przeżyć. Można je wykorzystywać w procesie ekspresji i percepcji, podczas przekazywania informacji, jak i w trakcie instruowania, formułowania zadań. Należy je łączyć z innymi metodami.

Metody oglądowe:

- pokaz,
- projekcja filmowa,
- obserwacja.

Oparte są na pokazie i obserwacji przedmiotów i zjawisk oraz wytworów własnych. Demonstracja przedmiotów i wytworów wymaga komentarza słownego. Wynika z tego, że obserwacja stosowana jest w czasie ćwiczeń praktycznych i podczas konsumpcji własnych wytworów. Pokaz lub projekcja filmowa mogą być również samodzielnymi metodami lub pomocami, np. jako prezentacja multimedialna w czasie pogadanki lub wstęp do dyskusji.

Metody praktyczne:

- metoda ćwiczeń praktycznych,
- metoda badawcza.

Oparte są na działaniu. Ćwiczenia praktyczne oparte są na wyjaśnianiu działania, natomiast metoda badawcza zmusza uczestnika do własnych poszukiwań i rozwiązań.

Metody problemowe:

Stwarzanie sytuacji problemowych - porównania, konfrontacje powiązań, zadań, znaczeń, wartości. Ich stosowanie jest niezbędne, gdyż dzięki nim rozwijamy zainteresowania, zamięłowania poznawcze, samodzielne myślenie i działanie, a jednocześnie dostarczamy wychowankom przeżyć i motywacji. W czasie zajęć nie zapoznajemy wychowanków z gotową wiedzą, a z drogami jej poszukiwania, stąd ważne jest myślenie dywergencyjne, twórcze. Metody problemowe dają się stosować w procesie ekspresji i percepcji.

2. FORMY REALIZACJI

Planując formy zajęć, uwzględniono następujące kryteria:

- ze względu na liczbę uczestników planuje się **zbiorowe i grupowe formy** prowadzenia zajęć,
- liczba uczestników: 10 – 20 osób,
- miejsce zajęć: odpowiednio przystosowane sale bursy,
- czas prowadzenia zajęć: godziny wieczorne, po czasie tzw. nauki własnej, w wymiarze: 45 – 60 min.

EWALUACJA

ETAPY EWALUACJI:

1. Organizacja zbierania i przechowywania informacji:

- *źródła informacji:* wytwory pracy twórczej uczestników zajęć, ankiety, arkusze wywiadu, fotografie zajęć,
- *sposoby pozyskiwania informacji:* obserwacje, przeprowadzenie ankiety, wywiadu z uczestnikami,
- *harmonogram obserwacji:* bieżące sporządzanie notatek nt. zaangażowania poszczególnych uczestników w dyskusję,
- *porządkowanie informacji:* założenie segregatorów z wynikami ankiet i wywiadów, oraz opinii o programie.

2. Określenie kryteriów oceniania programu zajęć:

- regularny udział w zajęciach,
- pełna zaangażowania postawa w czasie zajęć.

3. Sporządzenie sprawozdania.

Sprawozdanie zawierać będzie analizę ilościową (np. obecność na zajęciach, aktywność wychowanków) oraz analizę danych zebranych techniką ankiety, wywiadu lub obserwacji.

a. Ponowienie oceny.

Każda realizacja programu powinna podlegać systematycznej ocenie w celu uzyskiwania informacji zwrotnych.