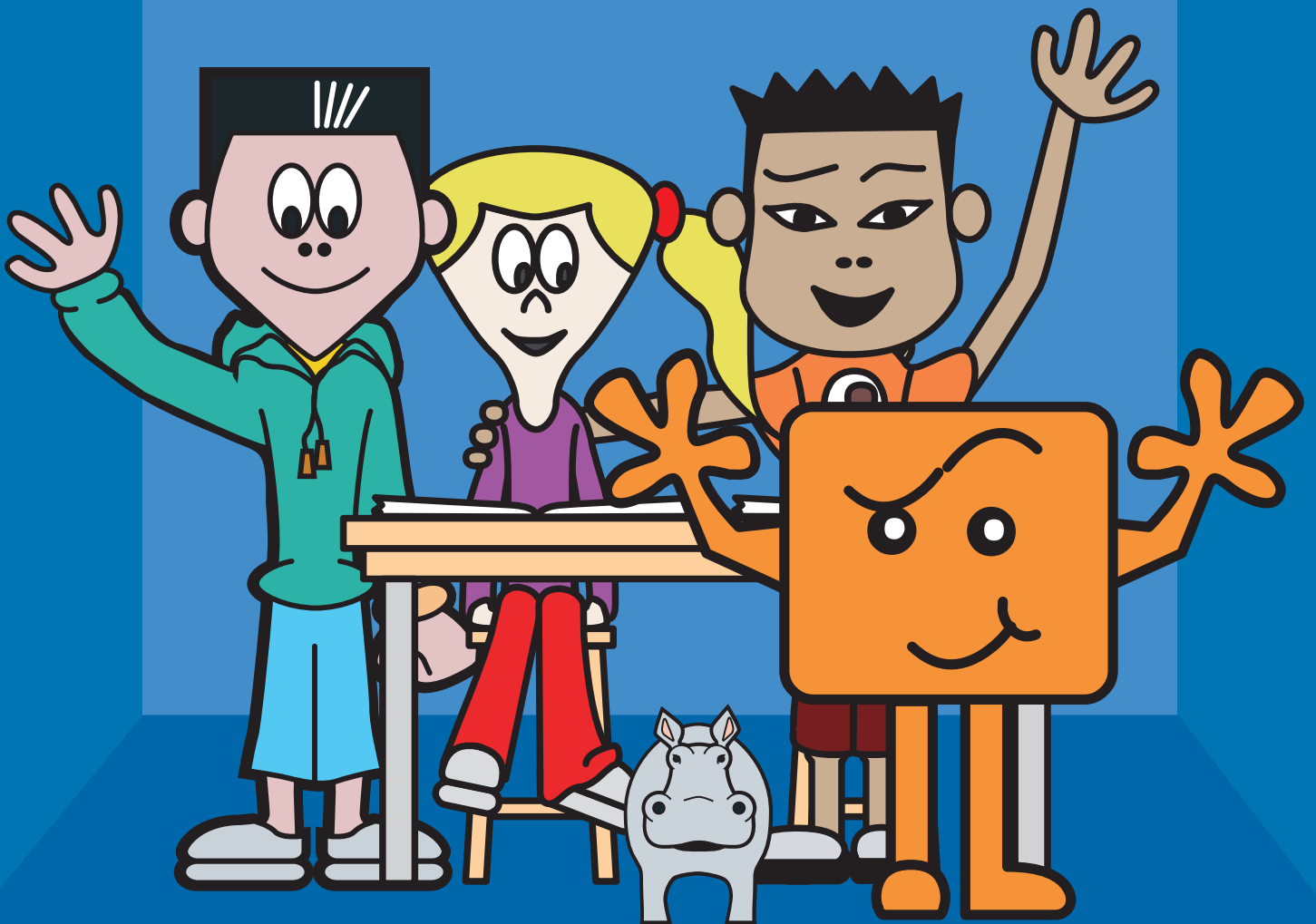


# Mainonnan lukutaito

Opettajan opas



Auta lasta arvioimaan mainontaa

## Auta lasta arvioimaan mainontaa

Media on muodostunut tärkeäksi oppimisen lähteeksi. Media muodostaa mielikuvia. On hyvä tunnistaa, mikä ero on tiedolla, mainoksella ja viihteellä. Tavoitteena on, että oppilas ja opiskelija oppivat suhtautumaan arvioivasti median välittämiin sisältöihin ja pohtimaan viestinnän eettisiä ja esteettisiä arvoja. Opetuksessa on tarpeen käsitellä myös median kuvaaman maailman suhdetta reaali maailmaan, harjoitella lähdekritiikkiä sekä tutustua verkkoetiikkaan. Oppimisessa on keskeistä kriittinen ajattelu sekä nähdyn ja kuullun arvioiminen. Näitä taitoja tarvitaan arkielämän ilmiöitä – kuten mediaa – tarkasteltaessa.

Kotitietokoneiden määrä jatkaa kasvuaan ja internet on käytössä myös kouluissa ja kirjastoissa. Suomalaiset lapset katsovat televisiota keskimäärin noin tunnin päivässä ja käyttävät Internetiä puoli tuntia. Lisäksi he lukevat lehtiä, kirjoja ja sarjakuvia, pelaavat pelejä ja käyttävät kännyköitä.

Kaikki edelliset sisältävät tietoa, ajanvietettä ja mainontaa. Musiikin kuuntelun saattaa katkaista radiomainos. Koulumatkoilla oppilaita ympäröi bussien ja taksien kyljissä ulkomainonta. Elokuvat alkavat mainoksilla, ja mainospostikortteja voi maksutta ottaa mukaansa kahviloista. Mainoslehtisiä jaetaan kotiin, niitä on lehtien välissä ja jaossa kauppoissa.

Mainonnan tavoite on myydä tuotteita ja palveluja. Mainonnan lukutaito eli Media Smart -aineisto ohjaa arvioimaan ja pohtimaan mainonnan tavoitteita ja tarkoitusta. Tätä kautta lapset oppivat kriittisesti arvioimaan valintojaan sekä vaikuttamiaan niiden taustalla. Tarjolla olevan informaation määrä on valtava, ja sen jakelukanavat muuttuvat kaiken aikaa. Tämä edellyttää mediakriittisyyttä.

Media Smart on ei-kaupallinen mainonnan lukutaito -ohjelma, jonka mainosala on tuottanut koululaisten mediatietoisuuden lisäämiseksi. Ohjelma on kehitetty Isossa-Britanniassa yhteistyössä National Confederation of Parent Teacher Associationin kanssa ja opetusviranomaisten tuella.

Suomessa mainonnan lukutaito -ohjelman taustalla on Mainonnan Neuvottelukunta. Alkuperäistä Media Smart -opetusaineistoa on muokattu suomalaiseen opetuskäyttöön sopivammaksi moniammatillisena yhteistyönä. Kiiitämme **opetusviranomaisia** ja **kuluttajaviranomaisia** arvokkaista kommentteista mainonnan lukutaito -ohjelmaan.

Mainonnan lukutaito -aineiston tarkoitus on ohjata perusopetuksen oppilaita arvioimaan, ymmärtämään ja tulkitsemaan mainontaa. Oppimateriaali tukee kansallisen opetussuunnitelman perusteita, viestinnän ja mediataidon aihekokonaisuutta sekä eri oppiaineitten, erityisesti äidinkielen ja kuvataiteen opetusta.

## MAINONNAN NEUVOTTELUKUNTA.

Aikakauslehtien Liitto · Mainostajien Liitto · Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto MTL · Outdoor Finland - Suomen Ulkomainosliitto · Sanomalehtien Liitto · Suomen Radioiden Liitto · Suomen Suoramarkkinointiliitto · Suomen Televisioiden Liitto STL

## Mainonnan lukutaito

Moniammatillinen työryhmä on yhdessä soveltanut alkuperäisen Media Smart -opetusaineiston mainonnan lukutaito -aineistoksi. Ohjelman tavoitteena on tukea mainonnan tulkitsemisen ja kulutusvalintojen opetusta peruskoulun vuosiluokilla 1–6. Oppimateriaali soveltuu perusopetuksessa mm. viestintä- ja mediataidon aihekokonaisuuden toteuttamiseen sekä mm. äidinkielen, kuvataiteen ja matematiikan opetukseen.

Aineistoon kuuluu opettajan opas, opetusfilmi netissä ja harjoitusten monistepohjat ja todistus.

Mainonnan lukutaito -aineiston keskushahmo on Sami Sanova, joka yhdessä kolmen ystävänsä kanssa auttaa oppilaita oivaltamaan, mikä on totta ja mikä on kuviteltua, mikä oikein, mikä väärin, mikä toimii, mikä taas ei. Kolmikko – Laura Lehti, Tomi Taulunen ja Teemu Telkkari – auttaa ymmärtämään mainoksia; miksi niitä tehdään ja

miten niitä pitäisi käyttää. Kuullun, nähdyn, koetun ja luetun työstäminen yhdessä kehittää oppilaiden vuorovaikutustaitoja.

Tutkimusten mukaan vanhemmilla on suurin vaikutus lastensa kehittymiseen ja käyttöön, joten he ovat avainasemassa myös mainonnan suhteen. Mainonnan lukutaito -harjoituksia voidaankin käyttää kotitehtävinä, jolloin tieto mainonnan lukutaito -ohjelmasta saavuttaa toivottavasti myös vanhemmat. Aineisto rohkaisee vanhempia keskustelemaan mm. televisio-ohjelmista ja mainoskatkojen sisällöstä lastensa kanssa.

Mainonnan lukutaito -aineistopakettiin sisältyy kopioitava Media Smart -todistus. Kun mainonnan lukutaito -aineisto on käsitelty kokonaisuudessaan, voit täyttää ja jakaa todistukset oppilaille kotiin vietäviksi.

## Ohjeita aineiston käyttöön

Aloita näyttämällä luokalle filmi ([www.mediasmart.fi](http://www.mediasmart.fi)), jossa päähenkilö – Lotta – päättää, mitä hän haluaa syntymäpäivälahjaksi.

Aineistossa on 18 kopioitavaa tehtäväpohjaa, jotka on tarkoitettu kolmelle luokkatasoryhmälle: vuosiluokat 1–2, 3–4 ja 5–6. Harjoituksessa kerrotaan ensisijainen kohderyhmä. Harjoituksista on ohjeet oppituntia varten sekä soveltamishdotuksia muillekin luokkatasoille. Esimerkiksi harjoitusta 1, joka on tarkoitettu vuosiluokille 3–4, voidaan käyttää myös vuosiluokille 1–2 ja 5–6.

Harjoitus	Aihe	Ensisijaiset vuosiluokat
1	Valintoja	3–4
2	Ostoksilla	1–6
3	Miten teet päätöksiä?	1–2
4	Totta vai tarua?	3–4
5	Suunnittele mainos	5–6
6	Löydä mainokset	1–2
7	Valitse suosikkisi	1–2
8	Missä mainostaisit?	3–4
9	Valitse oikeat sanat	1–2
10	Mainospiiri	1–6
11	Tarpeet ja toiveet/halut	5–6
12	Miten tuotemerkit eroavat toisistaan?	5–6
13	Ei noin voi sanoa!	3–4
14	Mainosraati	1–6
15	Iskulauseen voimaa	5–6
16	Suunnittele mainoskampanja	5–6
17	Luo hahmo	1–2
18	Mainos kiinnostavammaksi	3–4

Viestintä- ja mediataito -aihekokonaisuudessa avautuvat keskeisinä viestien sisällön ja tarkoituksen erittely ja tulkinta, viestintäympäristön muuttuminen ja monimediaisuus, median rooli ja vaikutukset yhteiskunnassa, median kuvaaman maailman suhde todellisuuteen sekä lähdekritiikki. Mainonnan lukutaito -aineisto käsittelee juuri näitä sisältöjä mainonnan osalta. Harjoitukset soveltuvat käytettäväksi mm. äidinkielen ja kuvataiteen oppitunneilla.

Mainonnan lukutaidon kehittäminen on tärkeä medialukutaidon osa. Kun ohjaamme lapsia jo koulussa ymmärtämään mainonnan roolia ja käytäntöjä, heillä on mahdollisuus kasvaa valistuneiksi aikuisiksi.

Arvostamme mielipiteitänne mainonnan lukutaito -ohjelmasta ja aineiston herättämistä ajatuksista.

Palautteen voi lähettää osoitteella Mainostajien Liitto, Media Smart, Erottajankatu 19 B, 00130 Helsinki tai sähköpostilla, katso [www.mediasmart.fi](http://www.mediasmart.fi). Kiitos.

## HARJOITUS 1

# Valintojen tekeminen

Harjoitus kannustaa oppilaita pohtimaan päivittäisiä valintojaan. Se auttaa heitä myös huomaamaan, miten teemme valintoja jatkuvasti.

### Ensisijaisesti vuosiluokille 3 ja 4.

#### Oppimistavoitteet – oppilas oppii

- ymmärtämään, että teemme valintoja jatkuvasti
- huomaamaan, mitä nämä valinnat ovat
- tekemään valintoja itsenäisesti

#### Valmistelut

Kopioi oppilaille aineistosta 1. Valintoja-tehtäväpohja.

#### Tunnin kulku

Keskustele oppilaiden kanssa, mitä he ovat päivän aikana tehneet. Onko päivän tekemisiin heidän mielestään liittynyt valintoja tai päätöksiä? Jaa harjoitus ja selitä tehtävä: oppilaiden tulee päätellä, minkä valinnan Lotta tekee kuvissa. Oppilaat kirjoittavat vastauksensa kuvien alle käyttäen kokonaislauseita. Haasteellisemmaksi tehtävän saat pyytämällä oppilaita kirjoittamaan omasta kokemuksestaan, miten he ovat tehneet vastaavanlaisen valinnan.

#### Kaikki yhdessä

Tarkastelkaa yhdessä, mitä oppilaat ovat kirjoittaneet Lotan valinnoista. Mitä he olisivat valinneet, jos olisivat olleet Lotta? Kannusta oppilaita keskustelemaan. Onko oppilailla vastaavia kokemuksia, joista he haluaisivat kertoa luokalle?

#### Soveltaminen vuosiluokille 1-2

Pyydä oppilaita kertomaan, mikä heidän mielestään on valintojen tekemistä. Keskustelkaa valinnoista, joita he tekevät kotona ja koulussa. Kerro oppilaille, että joskus he tekevät valintoja huomaamattaan. Esimerkiksi kun he piirtäessään päättävät, mitä värejä käyttävät – se on valinta. Pyydä oppilaita piirtämään ja kirjoittamaan asioista, joissa he tekevät valintoja päivittäin. Pyydä oppilaita myös miettimään, miksi he ovat näihin valintoihin päätyneet.

#### Soveltaminen vuosiluokille 5-6

Keskustelkaa valintojen tekemisestä. Pyydä oppilaita miettimään, kuinka monta valintaa he tekevät päivittäin. Pyydä oppilaita kirjoittamaan päiväkirjaa tekemisistään valinnoista. Pyydä heitä myös kirjaamaan, miksi he päätyivät kyseisiin valintoihin.

#### Esimerkki

- 7.00 Herätyskello soi. Valinta: nousenko heti vai odotanko, että joku tulee hakemaan?  
 7.10 Pukemassa. Valinta: mitä puen päälleni tänään?  
 7.30 Keittiössä. Valinta: mitä syön aamiaiseksi?

## HARJOITUS 2

# Ostoksilla

Harjoituksessa oppilaat päättävät, mitä he tekevät saamallaan taskurahalla.

### Tehtävä sopii kaikille luokkatasoille.

#### Oppimistavoitteet - oppilas oppii

- tekemään arkielämän valintoja
- ratkaisemaan arkielämän ongelmia
- mitä rahalla saa: yhteenlasku ja vaihtorahat

#### Valmistelut

Ota kaikille kopio 2. Ostoksilla-tehtäväpohjasta.

#### Tunnin kulku

Tutustu oppilaiden kanssa tehtäväpohjaan. Pohtikaa, kuvaavatko keksityt tuotteet samoja, joista he oikeasti tekevät valintoja. Kerro, että kullakin oppilaalla on kuvitteellisesti 10 euroa harjoituksen tuotteiden ostamiseen. Anna oppilaille vaihtoehdoksi myös ostamatta jättäminen. Tehtävä sopii suoritettavaksi pareittain tai pienryhmissä. Pyydä oppilaita ensin arvioimaan tuotteita ja sitten päättämään, mitä he rahalla tekevät. Oppilaat voivat laskea ostosten yhteisumman ja paljonko jää rahaa jäljelle ja paljonko he näin ollen säästivät. Lopuksi pyydä oppilaita kertomaan toisilleen valintojen perusteista.

#### Kaikki yhdessä

Keskustele oppilaiden kanssa heidän ostopäätöksistään. Paljonko rahaa he käyttivät ja miksi he päätyivät valintoihinsa? Paljonko heillä on vaihtorahaa jäljellä? Päättivätkö he säästää rahaa johonkin muuhun? Jos he säästivät rahaa jäätelökoneita varten, paljonko he panivat säästöön? Kuinka kauan pitää säästää, jotta heillä on tarpeeksi rahaa jäätelökoneeseen?

#### Jatkotehtävä

Voit käyttää Ostoksilla-tehtäväpohjaa myös matematiikan tunnilla, kun käsittelette loppusummaa ja vaihtorahan antamista.

## HARJOITUS 3

# Miten teet päätöksiä?

Harjoituksessa oppilaat valitsevat kahden samanlaisen tuotteen välillä pelkkien kuvien perusteella.

### Ensisijaisesti vuosiluokille 1-2.

#### Oppimistavoitteet - oppilas oppii

- tekemään arkipäivän valintoja ja perustelemaan niitä
- ymmärtämään valintoihin vaikuttavia tekijöitä

- ilmaisemaan mielipiteensä ja osallistumaan ryhmäkeskusteluun
- kuuntelemaan ja ottamaan muiden mielipiteet huomioon

### Valmistelut

Kopioi kaikille 3. Miten teet päätöksiä? -tehtäväpohja. Voit tarvittaessa suurentaa kuvia ja värittää ne, jotta ne näyttäisivät mahdollisimman oikeilta. Voit myös tuoda luokkaan malliksi erilaisia tuotepakkauksia, jotta oppilaat pystyvät helpommin vertaamaan kokoja.

### Tunnin kulku

Katselkaa tuotteiden kuvia ja keskustelkaa, mitä tietoja pakkauksesta saa ja miksi tiedot on pakkaukseen painettu. Varmista, että oppilaat huomaavat pakkausten kaikki tekstit ja merkinnät. Pyydä oppilaita keskustelemaan pienissä ryhmissä, minkä vaihtoehdon he valitsivat. Kerro, että heidän tulee tehdä päätös ryhmänä ja kertoa sitten valintaan vaikuttaneista syistä muulle luokalle.

Voit käyttää harjoitusta myös tiedonhankintatehtävänä. Oppilaat voivat kysellä toisiltaan, mitä kukin valitsi aamiaiseksi ja millä perusteella. Tiedot voi kirjoittaa luetteloksi tai tehdä yksinkertaisen taulukon.

### Kaikki yhdessä

Pyydä kutakin ryhmää kertomaan luokalle, mitä ryhmä valitsi aamiaiseksi ja perustelemaan valintansa. Pohtikaa ryhmän kanssa terveyttä edistävän ruuan merkitystä. Pohtikaa, miksi ihmiset tekevät valintoja eri perustein. Miettikää, miksi joskus pakettien sisällä on keräilytuotteita ja miksi se on jollekin tärkeää. Miettikää myös, miksi päätöstä tehtäessä on syytä pohtia hintaa ja sisältöä.

Tuotteen ominaisuus	Tärkeää	Ei tärkeää
Maku		
Terveellisyys		
Rakenne		
Lelu pakkauksessa		
Tuotemerkki		
Pakkauksen ulkoasu		
Hinta		

### Soveltaminen vuosiluokille 3-4

Pyydä oppilaita valitsemaan mieleisensä tuote ja perustelemaan valintansa kirjallisesti. Mitkä syyt vaikuttivat valintoihin?

### Soveltaminen vuosiluokille 5-6

Pyydä oppilaita tekemään yksinkertainen taulukko tehtäväpohjan tai muista tuotteista sekä ominaisuuksista, jotka on kerrottu pakkauksissa. Kun taulukko on valmis,

oppilaiden pitää päättää, ovatko nämä ominaisuudet heille tärkeitä tai ei lainkaan tärkeitä. Harjoitus voidaan tehdä myös kyselytutkimuksena. Oppilaat voivat kysellä mielipiteitä eri ryhmiltä (esimerkiksi lapsilta, teini-ikäisiltä, vanhemmilta) ja vertailla sitten, eroavatko ryhmien mielipiteet toisistaan.

## HARJOITUS 4

# Totta vai tarua?

Harjoituksessa tutkitaan eri tietolähteitä ja niiden luotettavuutta.

### Ensisijaisesti vuosiluokille 3-4.

#### Oppimistavoitteet - oppilas oppii

- tunnistamaan erilaisten tietolähteiden olemassaolon
- ymmärtämään, että toiset tietolähteet ovat luotettavampia kuin toiset
- tarkistamaan tiedon, josta on epävarma

### Valmistelut

Kopioi oppilaille 4. Totta vai tarua? -tehtäväpohja. Voit tuoda myös erilaisia esimerkkejä tietolähteistä: kirjoja, videoita, tulostuksia Internetistä jne.

### Tunnin kulku

Pyydä oppilaita laatimaan luettelo erilaisista tietolähteistä. Pohtikaa yhdessä tietolähteiden luotettavuutta. Jaa oppilaille tehtäväpohja ja pyydä arvioimaan, mikä monisteen väittämistä pitää paikkansa ja mikä on keksittyä. Lopuksi voitte pohtia, mikä ero on totuudella ja tarinalla. Voit antaa oppilaille myös lyhyen kirjoitustehtävän virtahevosta – juttu voi olla joko totta tai tarua.

### Kaikki yhdessä

Arvioikaa tietolähteitä, jotka Laura Lehti tehtäväpohjassa esittää. Pyydä oppilaita arvioimaan, mitkä kyseisistä tietolähteistä ovat luotettavia ja mitkä eivät. Pohtikaa, ovatko kaikki tietolähteet luotettavia aina?

Katsokaa yhdessä filmiltä ([www.mediasmart.fi](http://www.mediasmart.fi)) Virtahepo-osuus ja arvioikaa mainosta virtahepoja koskevana tietolähteenä. Keskustelkaa oppilaiden kanssa erilaisesta tiedosta. Pohtikaa, miksi kaikki mitä näemme, kuulemme ja luemme, ei aina ole totta. Miettikää miten voimme itse arvioida tiedon luotettavuutta. Keskustelkaa, miten tiedon voi tarkistaa toisesta tai useasta lähteestä ja milloin se on tarpeen. Miettikää, miten voi varmistua, että meillä on kaikki tarvittava tieto päätöksen tekemiseen.

### Soveltaminen vuosiluokille 1-2

Esittele harjoitus lukemalla virtahevoista sekä kuvitteellista satukirjan tekstiä että tietokirjan tekstiä. Pyydä

oppilaita vertailemaan näitä kahta tekstiä ja kertomaan, antavatko molemmat heidän mielestään luotettavaa tietoa. Keskustelkaa, miksi kuvitteellisissa teksteissä on joskus myös asioita, jotka eivät ole totta. Pyydä oppilaita seuraavaksi miettimään tilanteita, joissa he voivat joskus saada tietoa, joka ei ole totta.

Voit täydentää tehtäväpohjan alaosassa olevaa tietolähdelistää.

### Soveltaminen vuosiluokille 5-6

Voitte käyttää tehtäväpohjaa alustuksena keskustelulle tietolähteistä ja niiden luotettavuudesta. Miksi jotkut tietolähteet ovat luotettavampia kuin toiset? Pyydä oppilaita suunnittelemaan oma tutkimusprojekti – esimerkiksi maantiedosta. Rohkaise heitä käyttämään useita eri tietolähteitä. Jos he löytävät ristiriitaista tietoa, kehota oppilaita etsimään siihen ratkaisu.

## HARJOITUS 5

# Suunnittele mainos

Oppilaat saavan kolmen erilaisen tuotteen kuvat sekä listan väittämiä. Pienryhmissä työskennellen heidän tulee yhdistää väittämät oikeisiin tuotteisiin.

### Ensisijaisesti vuosiluokille 5-6.

#### Oppimistavoitteet - oppilas oppii

- yhdistämään tuotteen ja sitä kuvaavan tekstin
- suunnittelemaan mainoksia tietyille kohderyhmälle
- jakamaan mielipiteensä ja selittämään näkemyksensä
- keskustelemaan ideoista ja ehdottamaan omia näkökantojaan

#### Valmistelut

Kopioi 5. Suunnittele mainos -tehtäväpohja kullekin ryhmälle.

#### Tunnin kulku

Keskustele oppilaiden kanssa, miten tunnistamme eri tuotteet kuvauksen perusteella. Oppilaat saavat mietittäväkseen kolme keksittyä tuotetta sekä joukon väittämiä. Heidän tulee yhdistää väittämät kuvattuihin tuotteisiin.

Jaa oppilaat tehtävää varten kolmen ryhmiin. Kun väittämien yhdistely on valmis, pyydä oppilaita miettimään, millainen ihminen voisi kutakin tuotetta ostaa. Pyydä oppilaita kirjoittamaan kymmenen syytä, miksi kukin ostaja haluaa ostaa juuri kyseisen tuotteen. Tämän jälkeen ryhmät voivat tarttua Sami Sanovan ehdotukseen ja kirjoittaa 30 sekunnin radio- tai televisiomainoksen yhdestä tuotteesta ja ilmoituksen paikallislehteen toisesta käsitellyistä tuotteista. Työtä voi jatkaa kuvataiteen tai äidinkielen tunnilla.

### Kaikki yhdessä

Keskustelkaa, kuinka ryhmät lajittelivat eri väitteet. Ovatko kaikki ryhmät samaa mieltä? Voiko joitakin väittämiä käyttää useampaan tuotteeseen? Keskustelkaa sen jälkeen mainostajista ja mainosten kohderyhmistä. Kun ryhmät ovat saaneet mainoksensa valmiiksi, kukin ryhmä esittää mainoksensa ja kertoo kohdeyleisönsä. Lehtimainokset voidaan panna esille luokan seinälle ja keskustella ryhmissä/yhdessä, mikä tekee jostakin mainoksesta tehokkaan.

### Soveltaminen vuosiluokille 1-2

Suurena tehtäväpohja tai käytä todellisten tuotteiden kuvia. Kerro oppilaille ajattelevasi erästä tuotetta. Seuraavaksi kuvaile tuotetta ja kerro lisää vähitellen, kunnes oppilaat tunnistavat tuotteen.

### Soveltaminen vuosiluokille 3-4

Pyydä oppilaita tekemään korttipeli. Tarvitsette kartonkikortteja. Joihinkin kortteihin oppilaat piirtävät keksittyjä tuotteita, toisiin kirjoittavat väittämiä tuotteista. Oppilaat voivat sitten yhdistää korttien avulla tuotteita ja väittämiä.

## HARJOITUS 6

# Löydä mainokset

Harjoitus keskittyy siihen, missä oppilaat ovat nähneet tai kuulleet mainoksia.

### Ensisijaisesti vuosiluokille 1-2.

#### Oppimistavoitteet - oppilas oppii

- tiedostamaan, missä mainoksia voi olla
- tietämään, että tuotteita voi mainostaa eri tavoin

#### Valmistelut

Kopioi 6. Löydä mainokset -tehtäväpohja oppilaille.

#### Tunnin kulku

Keskustele oppilaiden kanssa, missä eri paikoissa he ovat nähneet mainoksia. Rohkaise heitä pohtimaan, mitä mainoksessa on ja mihin sillä pyritään. Jaa oppilaille tehtäväpohja ja pyydä heitä värittämään kaikki ne paikat, missä he voisivat nähdä tai kuulla mainoksia. Voit myös pyytää oppilaita merkitsemään valitsemiinsa ruutuihin rastin. Pareittain tai pienissä ryhmissä työskennellessään oppilaat voivat keskustella valinnoistaan.

### Kaikki yhdessä

Pyydä oppilaita kertomaan, mitä he ovat merkinneet ja minkä tyyppisiä mainoksia kyseisissä paikoissa voisi olla. Suurin osa ruuduista on varmaan valittu.

### Soveltaminen vuosiluokille 3-4

Pyydä oppilaita kirjoittamaan luettelo tilanteista ja

paikoista, joissa he ovat nähneet tai kuulleet mainoksia. Kehota heitä miettimään, minkä tyyppisiä mainoksia he ovat nähneet tai kuulleet. Pyydä heitä kirjoittamaan luettelo myös tuoteryhmistä, joiden mainoksia kyseisissä paikoissa voisi olla.

### Soveltaminen vuosiluokille 5-6

Pyydä oppilaita kirjoittamaan luettelo paikoista, joissa voi olla mainoksia. Pyydä heitä tekemään luettelo tuotteista. (Mieluiten tuoteryhmätasolla: lelut – ei nuket, jojat yms.). Oppilaat voivat sen jälkeen järjestää paikat ja tuotteet taulukon muotoon alla olevan esimerkkitaulukon mukaisesti. Voit pyytää heitä myös pohtimaan joidenkin mainosten ajoitusta (esimerkiksi lelumainokset lastenohjelmissä, levymainokset ennen uuden levyn julkistamista).

Paikat, missä tuotetta mainostetaan	Tuote				
	Lelut	Ruoka	Levyt	Pelit	jne.
Sanomalehdet					
Aikakauslehdet					
Ilmajakelulehdet					
Televisio					
Radio					
Internet					
Elokuvateatteri					
Ulkomainonta					
<i>esim. maantie- ja kaupunki- taulut, liikennevälineet, bussikatokset</i>					
Suoramainonta					
Hakemistot					
<i>esim. puhelinluettelot, hakukoneet</i>					
Messut					
Sponsorointi					
Tapahtumamarkkinointi					
<i>esim. urheilukilpailut, konsertit</i>					
Myymälät					
Mainos- ja liikelahjat					

## HARJOITUS 7

# Valitse suosikkisi

Harjoituksessa oppilaille näytetään erilaisten tuotteiden mainontaa. Heidän tulee päättää, mikä on heidän mielestään paras ja miksi.

### Ensisijaisesti vuosiluokille 1-2.

#### Oppimistavoitteet - oppilas oppii

- kehittämään kriittistä ajattelua arvioimalla mainoksia
- tunnistamaan mainonnan keinoja
- osallistumaan keskusteluun
- kertomaan mielipiteensä muille

#### Valmistelut

Kopioi 7. Valitse suosikkisi -tehtäväpohja joko kaikille tai ryhmille. Voit suurentaa mainoksia ja värittää ne, jotta ne näyttävät aidommilta. Vaihtoehtoisesti voit pyytää oppilaita tuomaan tunnille erilaisia mainoksia, tai voit leikata itse lehdistä mainoksia, joissa on käytetty erilaisia mainonnan keinoja.

#### Tunnin kulku

Esittele oppilaille erilaiset mainokset. Pohtikaa myös, millä keinoilla kussakin mainoksessa pyritään vaikuttamaan. Kerro, että heidän tulee valita, mikä mainos saa heidät kiinnostumaan tuotteesta ja miksi. Muistuta oppilaille, että nyt he valitsevat vaikuttavimman mainoksen eivätkä parasta tuotetta.

Jaa kaikille tehtäväpohja ja pyydä heitä valitsemaan mielestään paras mainos. Oppilaat voivat värittää suosikkimainoksensa. He voivat myös leikata mainoksen irti, liimata sen toisella paperille ja kirjoittaa siihen selostuksen tai listan, mistä he mainoksessa pitivät.

Vaihtoehtoisesti voit myös jakaa oppilaat neljään ryhmään ja antaa kullekin yhden mainoksista. Kun ryhmä on keskustellut yhdessä mainoksesta, pyydä heitä kertomaan koko luokalle, mistä he mainoksessa pitivät, mistä eivät ja miksi.

#### Kaikki yhdessä

Pyydä oppilaita kertomaan suosikkimainoksestaan, mikä siinä vaikutti heihin ja miksi he valitsivat juuri sen. Kysy oppilailta, minkä tuotteen he olisivat valinneet, jos se on muu kuin heidän suosikkimainoksensa tuote. Kehota heitä miettimään, valitsivatko he todella suosikkimainoksensa vai vaikuttiko itse tuote valintaan.

#### Soveltaminen vuosiluokille 3-4

Pyydä oppilaita valitsemaan heitä vähiten miellyttävä mainos neljästä. Mikä siinä on vikana ja miksi se ei miellyttänyt? Miten he voisivat kehittää sitä ja miksi? Mitä he ottaisivat pois, lisääisivät tai muuttaisivat? Miten he

voisivat tehdä mainoksesta suuremman, rohkeamman, vakuuttavamman?

### Soveltaminen vuosiluokille 5-6

Käytä tehtäväpohjan mainoksia. Keskustelkaa, voisiko niitä panna paremmuusjärjestykseen. Pyydä luokkaa keskustelemaan syistä, miksi he pitivät/eivät pitäneet kustakin mainoksesta. Pyydä heitä kirjoittamaan, mitä mainoksessa tulee olla, mitä pitäisi välttää.

Tietoa mainonnan säännöistä ja periaatteista:

[www.kuluttajavirasto.fi](http://www.kuluttajavirasto.fi)

[www.iccfin.fi](http://www.iccfin.fi)

[www.mainonnaneettinenneuvosto.fi](http://www.mainonnaneettinenneuvosto.fi)

[www.jsn.fi](http://www.jsn.fi)

## HARJOITUS 8

# Missä mainostaisit?

Harjoituksessa käytetään tuotteita, jotka ovat tuttuja jo tehtäväpohjasta 2. Ostoksilla.

Oppilaiden tulee tunnistaa, missä kyseisten tuotteiden mainoksia voisi nähdä.

### Ensijaisesti vuosiluokille 3-4.

#### Oppimistavoitteet - oppilas oppii

- pohtimaan, missä mainoksia on
- tuomaan omia ajatuksiaan esille ryhmässä
- kehittämään kriittistä ajattelua

#### Valmistelut

Kopioi 8. Missä mainostaisit? -tehtäväpohja jokaiselle tai ryhmille.

#### Tunnin kulku

Esittele oppilaille tuotekuvat, pohtikaa yhdessä, mikä tuote on nyt kyseessä. Ketkä mahdollisesti ostaisivat sen? Miksi he ostaisivat sen? Kerro, että mainostoimistot pohtivat samoja asioita suunnitellessaan mainoskampanjaa. Mainonnalla halutaan tavoittaa ihmisiä ja tehdä vaikutus heihin, jotka todennäköisesti ostaisivat kyseisen tuotteen.

Kerro, että oppilaiden tulee käyttää tätä tietoa hyväkseen ja

Tuote	Todennäköinen ostaja?	Missä vastaavia mainoksia?	Miksi tuotetta mainostetaan juuri kyseisessä paikassa?

mieltä, missä tuotteita pitäisi mainostaa. Pyydä oppilaita piirtämään alla olevan mallin mukainen taulukko tai jaa heille valmis kopio. Kehota heitä keskustelemaan jokaisesta tuotteesta: kuka sen todennäköisesti ostaisi, missä he ovat nähneet mainostettavan samantapaisia tuotteita ja miksi heidän mielestään juuri kyseiset paikat on valittu. Käyttämällä näitä tietoja hyväkseen heidän pitää täyttää taulukko.

### Kaikki yhdessä

Keskustelkaa siitä, mitä oppilaat ovat kirjoittaneet taulukoihin. Keskittykää siihen, miksi mainostajat valitsevat tietyt paikat mainoksilleen. Ovatko kaikki ryhmät samaa mieltä? Osaavatko he löytää joitakin yhdenmukaisuuksia/trendejä tai yhteyksiä tuotteiden ja mainospaikkojen välillä?

### Soveltaminen vuosiluokille 1-2

Keskustelkaa ensin mainosvälineistä, mitä mikäkin väline tarkoittaa. Tee yksinkertainen kaavio luokalle täytettäväksi. Tee kaaviosta tarpeeksi iso, jotta oppilaat voivat piirtää kuvia tuotteista, jos kirjoittaminen tuottaa vielä vaikeuksia. He voivat sitten piirtää yhden mielestään sopivan tuotteen kunkin mainosvälineen

Paikka/ mainosväline	Mitä tuotetta voitaisiin mainostaa?
Sanomalehdet	
Aikakauslehdet	
Ilmajakelulehdet	
Televisio	
Radio	
Internet	
Elokuvateatteri	
Ulkomainonta	
<i>esim. maantie- ja kaupunki- taulut, liikennevälineet, bussikatokset</i>	
Suoramainonta	
Hakemistot	
<i>esim. puhelinluettelot, hakukoneet</i>	
Messut	
Sponsorointi	
Tapahtumamarkkinointi	
<i>esim. urheilukilpailut, konsertit</i>	
Myymälät	
Mainos- ja liikelahjat	



kohdalle.

### Soveltaminen vuosiluokille 5-6

Pyydä oppilaita miettimään, missä he ovat nähneet eri tuotteiden mainoksia. Kehota heitä olemaan tarkkoina. Esimerkiksi lelumainoksia näkee usein lastenohjelmien aikana, uusimmat pop-yhtyeiden levyt kuullaan radiosta. Rohkaise löytämään mahdollisimman monta esimerkkiä. Voit antaa tehtävän myös kotiläksyksi. Keskustelkaa aikaansaannoksista. Havaitsevatko he jotakin yhdenmukaisuutta/trendejä? Kerro, että mainostoimistot kohdistavat mainokset tietyille ihmisryhmille ja että mainonnan ajoitus ja mainosvälineiden valinta on tärkeä osa tätä kohdistamisprosessia.

## HARJOITUS 9

# Valitse oikeat sanat

Harjoituksessa käsitellään tuotteen ominaisuuksia. Oppilaat joutuvat valitsemaan ominaisuuksista ne, joita mainostoimisto käyttäisi t-paidan mainokseen.

### Ensisijaisesti vuosiluokille 1-2.

#### Oppimistavoitteet - oppilas oppii

- osallistumaan keskusteluun
- tuomaan esiin omia mielipiteitään
- tunnistamaan, että kaikissa tuotteissa on sekä hyviä että huonoja ominaisuuksia
- huomaamaan, että mainontaan valitaan hyvät...??

#### Valmistelut

Monista 9. Valitse oikeat sanat -tehtäväpohja kullekin ryhmälle. Voit suurentaa sivun A3-kokoon ja leikata ominaisuudet/väittämät listasta valmiiksi lajittelua varten.

#### Tunnin kulku

Keskustele oppilaiden kanssa siitä, minkälaisia t-paitoja heidän perheenjäsenensä tai ystävänsä käyttävät. Kuka valitsee t-paidan? Miksi he valitsevat juuri sen? Kuinka kulumusta kestävä kangas on? Likaantuuko se helposti? Minkälainen tämä t-paita on verrattuna muihin t-paitoihin?

Kerro, että tuotteenne on aivan uusi t-paitamalli. Selvitä, että tulette käsittelemään joitakin väittämiä, jotka on tehty uusista t-paidoista ja sen jälkeen päättämään, mitkä tiedot saavat ihmiset todennäköisesti valitsemaan juuri kyseisen paidan. Jaa oppilaat ryhmiin ja pyydä heitä lajittelemaan väittämät myönteisiin ja kielteisiin. Kehota heitä perustelemaan valintansa.

#### Kaikki yhdessä

Tarkastelkaa yhdessä, miten oppilaat ovat lajitelleet väittämät. Ovatko kaikki ryhmät samaa mieltä? Ovatko myös perustelut samoja? Jos ryhmät ovat eri mieltä, osaavatko jäsenet perusteluillaan taivutella toiset ryhmät

muuttamaan mielipidettään?

Selitä, että tämän tyyppinen harjoitus on ensimmäinen tärkeä askel, kun mainostoimistot alkavat suunnitella mainoskampanjaa uudelle tuotteelle.

### Soveltaminen vuosiluokille 3-6

Haasta lapset keksimään mahdollisimman monta asiaa, joilla he voisivat kuvailla tuotetta. Sen jälkeen he voivat jakaa keksimänsä ominaisuudet kahteen ryhmään: niihin, joita voitaisiin käyttää mainoskampanjassa ja niihin, joita ei voisi käyttää. Kannusta oppilaita ajattelemaan mahdollisimman luovasti, mutta varoita heitä käyttämästä ominaisuuksia, jotka eivät pidä paikkaansa tai ovat vahvasti liioiteltuja. Pohtikaa, miksi on tärkeää, että mainostaja ei kerro ominaisuuksia, jotka eivät pidä paikkaansa. Pyydä oppilaita valitsemaan kolme tärkeää asiaa, joita he korostaisivat mainoskampanjassa.

Kehota oppilaita saamaan luokkatoverinsa vakuuttuneiksi, ettei näiden kannata ostaa tuotetta. Onko se helpompaa vai vaikeampaa kuin suostuttelu tuotteen ostamiseen?

## HARJOITUS 10

# Mainospiiri

Harjoituksessa sovelletaan muistileikkiä, jossa kukin lisää yhden uuden sanan toistettavaan lauseeseen. Tämä rohkaisee oppilaita miettimään sanavalintojaan ja käyttämään voimakkaita adjektiiveja.

### Harjoitus sopii kaikille. Tehtäväpaperi on ensisijaisesti vuosiluokille 3-6.

#### Oppimistavoitteet - oppilas oppii

- luovaa ajattelua
- kartuttamaan sanavarastoaan
- valitsemaan vakuuttavia/voimakkaita sanoja

#### Valmistelut

Kopioi 10. Mainospiiri -tehtäväpohja, kun sovellat harjoitusta.

#### Tunnin kulku

Pyydä oppilaita istumaan piiriin. Kerro, että leikitte tuttua muistileikkiä vähän eri tavalla. Ostoslistan sijaan leikissä kuvataan tuotteen ominaisuuksia. Kuvaa leikki esimerkiksi seuraavasti: Oppilas 1: Omena on herkullinen. Oppilas 2: Omena on herkullinen ja punainen. Oppilas 3: Omena on herkullinen, punainen ja makea. Voitte aloittaa leikin.

#### Kaikki yhdessä

Leikkikää muistileikki uudelleen käyttäen mahdollisimman paljon uusia sanoja. Kerro, että mainonta käyttää voimakkaita sanoja, jotta se tulisi huomatuksi.

### Soveltaminen vuosiluokille 1-2

Pyydä oppilaita piirtämään jokin tuote keskelle paperia. Tuotteesta vedetään viivoja, joiden päähän kirjoitetaan tuotetta kuvailevia adjektiiveja, mahdollisimman monta. Mainitse, että vieraiden kirjainten yli voi hypätä. Harjoitus soveltuu myös yksinkertaisten lauseiden rakentamiseen. Esimerkki: Tässä on pala \_\_\_\_\_ omenaa. Oppilaat voivat kirjoittaa lauseen niin monta kertaa kuin haluavat lisäämällä aina uuden adjektiivin.

### Soveltaminen vuosiluokille 3-4

Käytä harjoitusmonistetta ja pyydä oppilaita keksimään kullakin aakkosella alkava adjektiivi, joka kuvaa valittua tuotetta.

### Soveltaminen vuosiluokille 5-6

Kuten edellä. Rohkaise keksimään synonyymejä, jotta sanavarasto karttuisi. Parityöskentely sopii myös hyvin harjoitukseen. Adjektiiveille voidaan etsiä myös vastakohtia.

## HARJOITUS 11

# Tarpeet ja toiveet/halut

Valmistajan tuotemerkki on suunniteltu erottamaan tuote muista, kilpailevista tuotteista ja kertomaan tuotteiden eroavaisuuksia. Ajatellaanpa esimerkiksi ketsuppia: meillä on omat syympme pitää jotakin ketsuppia parempana ja teemme valintamme sillä perusteella. Harjoitus opettaa oppilaita kiinnittämään huomiota tuotemerkkeihin. Oppilaat ohjataan tekemään valintoja eri tuotteiden välillä, joita he ostaisivat itselleen tai kotiin. Heitä kehoitetaan käyttämään erilaisia valintakriteereitä. Harjoituksessa pohditaan myös, mitkä tekijät vaikuttavat eniten omiin valintoihin.

### Ensisijaisesti vuosiluokille 5-6.

#### Oppimistavoitteet - oppilas oppii

- osallistumaan keskusteluun
- esittämään mielipiteensä
- tekemään päätöksiä
- ymmärtämään kuluttajatietoisuutta
- ymmärtämään, että on olemassa asioita, joita ilman emme voi elää (tarpeet) ja asioita, joita vain haluamme (halut/toiveet)

#### Valmistelut

Monista 11. Tarpeet ja toiveet/halut -tehtäväpohja kaikille.

#### Tunnin kulku

Pyydä oppilaita keskustelemaan tavaroista, joita he ostavat. Tietävätkö he tuotemerkkien nimet? Mikä on tuttu tuotemerkki oppilaiden keskuudessa? Pyydä heitä selittämään, miksi he valitsevat eri tuotemerkkejä. Mikä vaikuttaa valintaan: hinta, laatu, tunnettu tuotemerkki, kaverit, muu?

Pohtikaa, mikä merkitys tuotemerkeillä voi olla kuluttajalle. Tuotemerkit erottavat tuotteet toisistaan. Tuotemerkit voivat lisäksi olla laadun symboleja, korostaa hintaa, jopa asemaa/statusta. Keskustelkaa tuotteista: 1) joita valmistetaan tarpeeseen – tavarat, joita ilman ei voi elää tai tehdä töitä, 2) joita valmistetaan, koska ihmiset haluavat niitä, vaikka tulisivat ilmeikkään toimeen. Valmistajat kehittävät tuotteestaan tuotemerkin, siis antavat sille nimen ja suunnittelevat ulkoasun, jotta se voidaan erottaa muista vastaavista tuotteista.

### Pyydä oppilaita tekemään kaksi luetteloa tehtäväpohjan tavaroista.

- 1) Tavarat, jotka he ostaisivat koulua varten, jos heillä olisi 10 euroa.
- 2) Tavarat, jotka he ostaisivat, jos käyttörahaa ei ole rajoitettu, mutta saisivat valita neljä tavaraa.

Oppilaat voivat kirjoittaa lyhyen kuvauksen valintojen perusteluista.

### Kaikki yhdessä

Pyydä oppilaita keskustelemaan laatimistaan luetteloista. Kehota oppilaita muistelemaan, mitä puhuttiin tunnin alussa tuotemerkeistä. Kuinka paljon erilainen tuotemerkki vaikutti heidän valintoihinsa? Vaikuttiko valintaan joidenkin tuotteiden edullisempi hinta vai tuotteiden lisäominaisuudet?

### Soveltaminen vuosiluokille 1-2

Tarkastelkaa tehtäväpohjan kutakin tuoteparia ja keskustelkaa niiden yhtäläisyyksistä ja eroista. Pohtikaa, miten esineet eroavat toisistaan ja miksi? Pyydä luokkaa äänestämään, kumman tuotteen he kustakin parista ostaisivat sekä perustelemaan valintansa. Yhdistä heidän valintojensa perustelut tarpeet ja toiveet/halut -ajatukseen. Kerro tuotemerkeistä. Miksi kuluttajat pitävät niistä ja valinnanvarasta.

### Soveltaminen vuosiluokille 3-4

Kysy oppilailta, minkä tuotteen he kustakin parista ostaisivat ja miksi. Seuraavaksi pyydä heitä poistamaan kaikki tuotteet, joita ilman he pärjäisivät. Minkälaiselta lopullinen ostoslista näyttää? Keskustelkaa, miksi eri oppilaiden luettelot näyttävät erilaisilta. Jatka keskustelua aiheesta, tyydyttävätkö ostokset tarpeita vai haluja ja toiveita.

## HARJOITUS 12

# Miten tuotemerkit eroavat toisistaan?

Käytämme päivittäin pesuaineita, hammastahnaa tai muita vastaavia, tuttuja kodin tuotteita, jotka tunnistamme tuotemerkeistä. Tässä harjoituksessa oppilaat vertaavat kolmea samantyyppistä tuotetta, joita myydään eri tuotemerkeillä ja tunnistavat kunkin

tuotteen erikoispiirteet tai ominaisuudet. Pyydä oppilaita päättämään, mistä tuotemerkestä he pitävät eniten ja miten mainostajat houkuttelisivat heitä ostamaan tuotteita. Harjoitus auttaa oppilaita miettimään, miksi tiettyjä tuoteominaisuuksia voitaisiin käyttää mainoksissa. Kannattaa myös miettiä, voiko tuotetta myydä ilman tuotemerkkiä.

### Ensisijaisesti vuosiluokille 5-6.

#### Oppimistavoitteet - oppilas oppii

- osallistumaan keskusteluun
- ilmaisemaan mielipiteensä kirjallisesti ja selittämään näkökantojaan
- miksi valmistajille on tärkeää erottaa tuotemerkillä tuotteensa muista
- ymmärtämään, että tuotemerkkiin kuuluu joukko selkeitä ominaisuuksia ja että valmistajat lupaavat tuotemerkilleen saman ja yhtenäisen laadun.

#### Valmistelut

Suurena 12. Miten tuotemerkit eroavat toisistaan? -tehtäväpohja yhteiskeskustelua varten ja monista sivu jokaiselle oppilaalle tai ryhmälle. Voit myös tuoda malliksi erilaisia tuotepakkauksia havainnollistamaan, miten pakkauksesta voi saada tietoa.

#### Tunnin kulku

Näytä oppilaille tehtäväpohja ja keskustelkaa sivun kysymyksistä. Kerro, että tehtävässä muropaketteja käytetään esimerkkeinä tunnistettaessa eri tuotemerkkien eroja. Lisäksi voidaan pohtia, miten pakkaukset muodostavat mielikuvia tuotteista.

Keskustelun jälkeen pyydä oppilaita miettimään mahdollisimman monta asiaa tuotteesta, jotka he pystyvät kertomaan. Asiat voidaan tämän jälkeen jakaa kahteen ryhmään sen mukaan voitaisiinko niitä käyttää mainoksessa. Rohkaise oppilaita ajattelemaan mahdollisimman luovasti, mutta varoita kirjaamasta asioita, jotka eivät pidä paikkaansa tai ovat liioiteltuja. Muistuta, että mainosten täytyy täyttää tietyt määräykset eivätkä ne saa johtaa harhaan.

#### Kaikki yhdessä

Pyydä lapsia esittelemään tekemänsä listat kustakin tuotteesta ja keskustelkaa niistä. Pyydä oppilaita vakuuttamaan muu luokka siitä, että tiettyjä tuotteita ei kannata ostaa. Onko se helpompaa vai vaikeampaa kuin taivutella ihmiset ostamaan tuotetta? Keskustelkaa myös muista tuotteista, jotka kuuluvat terveelliseen ruokavalioon.

#### Soveltaminen vuosiluokille 3-4

Keskustele luokan kanssa aiheesta. Oppilaat keräävät yhdessä tuotteita kuvaavia asioita opettajan toimiessa kirjurina. Pyydä oppilaita valitsemaan kolme asiaa, joita he painottaisivat mainoskampanjassa.

## HARJOITUS 13

# Ei noin voi sanoa!

Oppilaat saavat katseltavakseen joukon keksittyjä mainoslauseita, joiden väittämät eivät pidä paikkaansa tai liioittelevat totuudenvastaisesti. Oppilaat keskustelelevat, miksi sellaisia tietoja ei saa käyttää mainoksessa. Harjoituksella korostetaan, että mainostajat eivät saa käyttää harhaanjohtavia, hyvän tavan vastaisia tai paikkansa pitämättömiä väittämiä mainoksissaan.

### Ensisijaisesti vuosiluokille 3-4.

#### Oppimistavoitteet - oppilas oppii

- ymmärtämään, että mainos ei saa olla harhaanjohtavas
- tietämään, että mainostaja on vastuussa mainonnastaan
- tunnistamaan faktan ja fiktion eron
- pohtimaan sanavalintoja
- ajattelemaan kriittisesti

#### Valmistelut

Monista kullekin ryhmälle 13. Ei noin voi sanoa! -tehtäväpohja.

#### Tunnin kulku

Keskustele oppilaiden kanssa, millaisia sääntöjä mainonnassa on ja miksi sääntöjä pitää olla. Yritykset eivät saa sanoa mitään, mikä ei ole totta tai on harhaanjohtavaa, kun ne kertovat tuotteen hyvistä puolista. Mainonnan tulee olla hyvän tavan mukaista eikä se saa olla sopimatonta, kuten antaa huonoja käytösmalleja.

Mainosväittäjä	Voiko näin sanoa?	Miksi/miksi ei?

Esittele oppilaille tehtäväpohjan keksittyjä mainosväittämiä. Kerro, että jotkut näistä mainoslauseista eivät pidä paikkaansa tai ovat liioiteltuja. Oppilaiden tehtävänä on päättää, mitkä mainoslauseet ovat tällaisia ja miksi ne heidän mielestään eivät ole soveliaita. Oppilaat voivat kirjoittaa vastauksensa myös taulukon muotoon.

Käykää väittämät läpi kohta kohdalta. Tämän jälkeen oppilaat voivat korjata mainokset muuttamalla mainosväittämät paikkansapitäväksi.

### Kaikki yhdessä

Keskustelkaa aiheesta, mitä mainostoimistot eivät voi heidän mielestään sanoa ja miksi. Miten oppilaat muuttaisivat mainoksia? Miten he voivat suostutella asiakkaita ostamaan liioittelematta tai käyttämättä virheellistä tietoa?

### Soveltaminen vuosiluokille 1-2

Leikkikää oikein/väärin -leikkiä. Kerro oppilaille tietoja eri tuotteista. (Esimerkiksi: suklaapatukassa on erityismauste, joka saa heidät juoksemaan nopeammin.) Pyydä oppilaita kertomaan, onko väite oikein vai väärin. Keskustelkaa miksi he ovat sitä mieltä.

### Soveltaminen vuosiluokille 5-6

Selvitä oppilaille, että heillä on oikeus valittaa, jos he näkevät mainonnassa jotakin, mikä häiritsee heitä tai ei pidä paikkaansa. Selvitä, miten otetaan yhteys valmistajaan ja miten Kuluttajavirasto, kuluttaja-asiamies ja Mainonnan eettinen neuvosto valvovat yritysten mainontaa. Pyydä oppilaita kuvittelemaan, että he ovat nähneet mainoksen, jossa käytetään joitakin harjoituksen epätosia väittämiä. Pyydä heitä kirjoittamaan valmistajalle, Mainonnan eettiselle neuvostolle tai kuluttaja-asiamiehelle kirje, jossa he ilmaisevat huolensa mainoksesta ja selittävät, mitkä kohdat mainoksessa eivät ole tosia tai ovat muuten sopimattomia.

## HARJOITUS 14

# Mainosraati

Tehtävä on sovellus kirja-arvostelusta. Oppilaita pyydetään arvostelemaan näkemänsä tai kuulemansa mainos.

### Soveltuu kaikille vuosiluokille 1-6.

#### Oppimistavoitteet - oppilas oppii

- harjoittamaan muistiaan
- suhtautumaan kriittisesti mainoksiin ja arvioimaan niiden vaikuttavuutta
- jakamaan mielipiteitään ja perustelevaan ne
- keskustelemaan ja ottamaan kantaa

#### Valmistelut

Kopioi 14. Mainosraati -tehtäväpohja kaikille. Tehtävät vaikeutuvat vähitellen. Voit jättää vaikeimmat pois alemmilla vuosiluokilla. Esimerkit kirja-arvosteluista auttavat oppilaita ymmärtämään, mitä tehtävässä vaaditaan. Voit käyttää edellisten harjoitusten mainoksia tai kerätä esimerkkejä lehtimainoksista tai tutustua verkossa oleviin mainoksiin.

#### Tunnin kulku

Pyydä oppilaita istumaan ympyrään. Opettaja kiertää ympyrää kysyen jokaiselta, minkä mainoksen oppilas

erityisesti muistaa. Voit myös kysyä, mistä hän mainoksessa pitää ja miksi. Harjoitus voidaan uusia kysymällä, mitkä mainokset ovat olleet oppilaiden mielestä huonoja ja miksi.

Keskustelkaa, miksi mainostajat haluavat tietää, miten mainonta ihmisiin vaikuttaa. Oppilaat voivat arvioida mainoksia ja esittää niistä mielipiteitään ikään kuin mainostajalle.

Ja tehtäväpohja ja keskustele oppilaiden kanssa kustakin kysymyksestä antaen esimerkkejä vastauksista, joita heiltä odotetaan. Voit antaa arvosteltavat mainokset tai oppilaat saavat itse valita omansa. Tämän jälkeen oppilaat kirjoittavat vastaukset tehtäväpaperiin.

### Kaikki yhdessä

Pyydä joitakin oppilaita lukemaan ääneen arvostelunsa. Muu luokka arvioi, millaista palautetta mainos on saanut: onko kyseinen mainos saanut hyvää vai huonoa palautetta. Kysy, ovatko muut nähneet/kuulleet arvostellun mainoksen ja ovatko he samaa mieltä arvostelijan kanssa. Samalla voidaan pohtia, mistä erilaiset mielipiteet johtuvat.

## HARJOITUS 15

# Iskulauseen voimaa

Harjoituksessa oppilaat saavat nähtäväkseen kuvitteellisten tuotteiden mainos- eli iskulauseita, joista osa on tylsiäkin. Oppilaiden tehtävänä on arvioida mainonnan tekijöiden käyttämiä keinoja ja muokata sen jälkeen iskulauseita paremmin toimiviksi ja tehokkaammiksi.

### Ensisijaisesti vuosiluokille 5-6.

#### Oppimistavoitteet - oppilas oppii

- tekemään sanavalintoja
- arvioimaan mainosten iskulauseissa käytettyjä kielen keinoja ja sanavalintoja
- käyttämään kieltä luovasti

#### Valmistelut

Kopioi 15. Iskulauseen voimaa -tehtäväpohja jokaiselle oppilaalle tai oppilasryhmälle. Apuna voidaan käyttää myös sanakirjoja, synonyymisanastoja ja vastaavia.

#### Tunnin kulku

Pyydä oppilaita kirjoittamaan mahdollisimman monta muistamaansa mainoslauseita tai mainoslaulua. Valitse näistä muutamia esimerkkejä ja kirjoita ne taululle tai isolle paperille. Pohtikaa, millaisia mainoslauseita on helppo muistaa ja miettikää, mistä se voisi johtua. Keskustelkaa iskulauseissa tai mainoslauluissa käytetyistä tehokeinoista kuten alkusointu, loppusointu, sanojen rytmi, tehosanat, keksityt sanat, sanojen visuaalisuus tai sanojen suhde kuvaan jne.

Esittele oppilaille aiemmissa harjoituksissa käytettyjen kuvitteellisten tuotteiden mainoslauseet. Pohtikaa, miksi mainoslauseet ovat eritasoisia, toiset parempia, toiset huonompia. Pyydä oppilaita arvioimaan, mikä iskulauseista on tehokkain ja vaikuttavin ja perustelemaan, miksi näin on. Oppilaat voivat panna lauseet paremmuusjärjestykseen. Keskustelkaa, mitä tehokeinoja mainonnan tekijät ovat pyrkineet käyttämään eri mainoslauseissa. Pyydä oppilaat kirjoittamaan mainoslauseet uudelleen hyödyntämällä aiemmin opittuja mainonnan tehokeinoja.

### **Kaikki yhdessä**

Pyydä oppilaita lukemaan ääneen parannettuja iskulauseita. Mitä tehokeinoja he käyttivät? Miksi he valitsivat juuri nämä? Kerätkää yhteen kunkin tuotteen mainoslauseet. Pyydä oppilaita valitsemaan jokaiselle tuotteelle paras iskulause ja selvittämään, miksi he valitsivat juuri kyseisen lauseen.

### **Soveltaminen vuosiluokille 1-2**

Valitkaa joitakin harjoituksessa 2. Ostoksilla esitellyistä tuotteista. Kirjoita korteille joitakin tuotteita kuvaavia sanoja. Pyydä oppilaita valitsemaan sanakorteista voimakkaimmat ja tehokkaimmat. Pyydä heitä panemaan sanakortit järjestykseen niiden vaikuttavuuden ja vakuuttavuuden perusteella.

### **Soveltaminen vuosiluokille 3-4**

Valitkaa joitakin aiemmin esitellyistä tuotteista. Kirjoita tuotteita kuvaavia sanoja korteille. Pyydä oppilaita valitsemaan korteista voimakkaimmat ja vaikuttavimmat. Pyydä heitä panemaan sanakortit voimakkuuden mukaiseen järjestykseen. Pyydä oppilaita muodostamaan lauseita käyttäen mahdollisimman monta voimakasta sanaa tuotetta kuvaavista sanoista. Muistuta, että lauseiden pitää kuitenkin olla melko lyhyitä. Selvitä, että näin kirjoitetaan oikeatkin mainoslauseet. Pyydä oppilaita miettimään esimerkkejä näkemistään todellisten tuotteiden mainoslauseista. Voit myös pyytää oppilaita keksimään mainoslauseen kullekin tuotteelle ja käyttämään siihen esimerkiksi alkusointuja.

## **HARJOITUS 16**

# **Suunnittele mainoskampanja**

Oppilaat saavat suunnitella oman mainoskampanjan. Ryhmissä työskennellen he valitsevat tuotteen ja suunnittelevat kampanjan. Missä tuotetta tulisi mainostaa? Milloin tuotetta tulisi mainostaa? Mitä tuotteen ominaisuuksia tuotaisiin esille? Kuka tunnettu henkilö voisi mainostaa tuotetta? Tulisiko heidän luoda mielikuvitushahmo mainostamaan tuotetta? Pohtikaa myös, mitä mainonnan sääntöjä tulee suunnittelussa pitää mielessä.

Harjoitusta voidaan tehdä usean oppitunnin ajan ja integroida esim. äidinkieleen tai kuvataiteeseen. Näin oppilaille on mahdollisuus suunnitella kunnan kampanja.

## **Ensisijaisesti vuosiluokille 5-6.**

### **Oppimistavoitteet - oppilas oppii**

- ymmärtämään tuotemerkin (brändin) käsitteen
- tunnistamaan tuotteen ja sen ominaispiirteet
- luomaan kuvitteellisen tuotemerkin
- ajattelemaan luovasti
- tekemään päätöksiä ja toimimaan ryhmässä
- tutkimaan, miten media esittää tietoa

### **Valmistelut**

Kopioi 16. Suunnittele kampanja -tehtäväpohja ryhmille tai jokaiselle oppilaalle. Voit käyttää apuna suurennettuja kuvia aikaisempien harjoitusten kuvitteellisista tuotteista.

### **Tunnin kulku**

Kerratkaa, mitä oppilaat ovat aikaisemmin oppineet mainonnan maailmasta. Mikä on mainonnan tarkoitus? Missä mainoksia voi nähdä? Kenelle ne on tarkoitettu? Selvitä, että aikaisemmin opittua käytetään apuna oman kampanjan suunnittelussa. Jaa luokka ryhmiin. Anna kullekin ryhmälle tuote tai anna heidän valita oma tuotensa. Esittele oppilaille tehtäväpohjan kampanjasuunnitelma, jota käyttäen voidaan varmistaa, että kaikki asiat on otettu huomioon. Anna oppilaille riittävästi aikaa suunnitella kampanjan osa tai koko kampanja. Kerro, että heidän tulee esitellä kampanjansa luokalle.

Harjoituksen mielenkiintoa voi lisätä niin, että kaikille ryhmille annetaan tehtäväksi sama kuvitteellinen tuote. Ryhmien tehtävänä on saada muu luokka vakuuttuneeksi, että juuri heidän kampanjansa tulisi valita.

### **Kaikki yhdessä**

Kunkin tunnin päätteeksi pyydä kutakin ryhmää kertomaan, kuinka he ovat edistyneet. Muistuta, että kampanjoista kannattaa puhua yleisellä tasolla, jotta lopputulos säilyy yllätyksenä varsinaiseen esittelyyn asti.

Kun kaikki ovat saaneet kampanjasuunnitelmansa valmiiksi, pidetään kampanjoiden esittelytunti. Oppilaat voivat silloin tarkastella ja arvioida muiden ryhmien töitä ja kertoa mielipiteensä.

### **Soveltaminen vuosiluokille 1-2**

Voit pyytää oppilaita tunnistamaan valitsemansa tuotteen hyvät puolet ja miettimään, millä tavalla ne voisi kiinnostavasti esittää muulle luokalle. Oppilaat voivat piirtää julisteen, kuvakertomuksen, keksiä runon tai laulun (rapin) tai esittää mainoksen roolileikkinä.

### Soveltaminen vuosiluokille 3-4

Kertaa, mitä aikaisemmin on opittu mainonnasta. Pyydä oppilaita suunnittelemaan tuotteilleen mainoskampanja ja päättämään seuraavat asiat. Missä mainostetaan? Milloin? Millä perusteilla tuotetta mainostetaan eli mitä sanotaan? Kenen kuuluisan henkilön he voisivat pyytää edistämään tuotteen myyntiä? Pitäisikö heidän luoda mielikuvitushahmo? Muistuta, miksi mainonnan säännöt ja periaatteet tulee pitää mielessä. Kaikki nämä asiat kirjoitetaan tehtäväpaperiin. Vaihtoehtoisesti oppilaat voivat suunnitella saman vain keskustellen ja esittää lopuksi koko luokalle.

## HARJOITUS 17

# Luo hahmo

Harjoituksessa oppilaat luovat mielikuvitushahmon mainostamaan kuvitteellista tuotetta. He voivat myös itse esittää luomaansa hahmoa ja näyttää, miten hahmo esittelisi tuotteen.

### Ensisijaisesti vuosiluokille 1-2.

#### Oppimistavoitteet - oppilas oppii

- harjaannuttamaan mielikuvituksensa käyttöä ja luomaan hahmon
- luomaan kuvauksen hahmosta ja antamaan mielikuvitushahmolleen nimen

#### Valmistelut

Kopioi 17. Luo hahmo -tehtäväpohja kaikille.

#### Tunnin kulku

Pyydä oppilaita kertomaan nimeltä mielikuvitushahmoja, joita he ovat nähneet mainoksissa. Pohtikaa, miksi ne ovat jääneet heidän mieleensä. Kysy miksi heidän mielestään mainostajat käyttävät hahmoja mainonnassaan. Selvitä, että oppilaat saavat luoda oman mielikuvitushahmon mainostamaan jotakin keksittyä tuotetta.

Näytä oppilaille Bontso ja pojat -kuva ja kerro, että heidän tulee luoda piirroshahmo, jota voidaan käyttää tuotteen juliste- ja tv-mainoksissa. Keskustelkaa, minkälaisia piirteitä hahmolla voisi olla: esimerkiksi valtava vitsikirja, laukku täynnä kepposia, värikkäät vaatteet. Auta oppilaita kyselemällä päättämään, minkälaiselta hahmon tulisi näyttää. Minkälaiset kädet hahmolla on? Voisiko se leikkiä leluilla? Voisiko hahmolla olla erityispiirteitä, jotka auttavat sitä muistamaan paljon vitsejä/ hauskoja juttuja. Esimerkiksi suuri pää tai pitenevät kädet juttujen kertomista varten.

Anna oppilaille tehtäväpohja ja pyydä heitä piirtämään hahmo. Kun kaikki ovat piirtäneet hahmonsaa, pyydä heitä keksimään sille nimi sekä miettimään mitä se voisi sanoa. Lopuksi pyydä oppilaita kirjoittamaan yksinkertainen kuvaus hahmostaan ja selittämään myös sen, mikä ei näy kuvassa.

### Kaikki yhdessä

Pyydä oppilaita esittelemään hahmonsaa toisilleen. Keskustelkaa kaikista hahmoista ja pyydä oppilaita pohtimaan, miksi he ovat antaneet hahmolle juuri kyseiset ominaisuudet.

### Soveltaminen vuosiluokille 3-4

Pyydä oppilaita kirjoittamaan luettelo muistamistaan hahmoista, joita he ovat nähneet mainoksissa. Pyydä heitä jakamaan hahmot kahteen ryhmään: niihin, jotka jotenkin liittyvät tuotteen pakkaukseen ja niihin, jotka eivät liity. Mitkä hahmot ovat oppilaiden mielestä tehokkaita? Ovatko samat hahmot myös kivoja? Miksi?

### Soveltaminen vuosiluokille 5-6

Pyydä oppilaita keksimään kaksi erilaista hahmoa, jotka mainostavat samaa tuotetta. Kerro, että toisen hahmon tulee liittyä pakkaukseen. Käytä esimerkkinä harjoitusten muromainosten hahmoja, jotka esiintyvät myös muropaketin kuvissa. Kumpi oppilaiden luomista hahmoista on parempi? Keskustelkaa, soveltuvatko itse tuotteeseen perustuvat hahmot kaikkeen mainontaan. Ovatko sellaiset hahmot tarkoitettuja tietyille ikäryhmälle? Rajoittaako tämä hahmojen mahdollista käyttöä?

## HARJOITUS 18

# Mainos kiinnostavammaksi!

Oppilaita pyydetään muokkaamaan jonkin kuvitteellisen tuotepakkauksen vaatimatonta ulkonäköä niin, että se näyttää houkuttelevammalta. Parannetun pakkauksen he esittelevät sanoma- tai aikakauslehtimainoksena.

### Ensisijaisesti vuosiluokille 3-4.

#### Oppimistavoitteet - oppilas oppii

- ajattelemaan luovasti
- suunnittelemaan ja kehittämään keksityn tuotteen pakkausta
- esittämään ideoitaan ja selittämään niitä

#### Valmistelut

Kopioi 18. Mainos kiinnostavammaksi! -tehtäväpohja oppilaille. Tee suurennos 'Suklis'-muropaketin kuvasta, jotta voitte yhdessä keskustella sen ulkonäöstä. Voit näyttää myös oikeita tuotepakkauksia ja mainoksia. Pohtikaa, miksi lapset ja aikuiset kokevat erilaiset pakkaukset houkuttelevina.

#### Tunnin kulku

Keskustelkaa, miksi tuotteiden ulkonäkö ja niiden nimet aika ajoin muuttuvat? Muistavatko oppilaat tuotetta, joka olisi äskettäin muuttunut? Anna tehtäväksi suunnitella uudelleen jonkin keksityn tuotteen pakkaus ja parantaa



Media Smart eri kielillä, myös harjoitustehtäviä:

Englanniksi [www.mediasmart.org.uk](http://www.mediasmart.org.uk)

Saksaksi [www.mediasmart.de](http://www.mediasmart.de)

Ranskaksi ja flaamiksi [www.mediasmart.be](http://www.mediasmart.be)

Hollaniksi [www.reklamerakkers.nl](http://www.reklamerakkers.nl)

Tulossa ruotsiksi [www.mediasmart.se](http://www.mediasmart.se)

[www.mediasmart.fi](http://www.mediasmart.fi)

