**Mainosten maailma kakkosille**

Tämä kokonaisuus on mukailtu Mediakasvatusseura Metkan Mainosetsivät-materiaalista. Voit hyödyntää myös alkuperäistä materiaalia.

**Osa 1: tunnistetaan mainoksia**

Kysymykset: Mitä mainokset ovat? Miten mainoksen tunnistaa?

Lyhyen keskustelun tavoitteena on saada lapset viriteltyä aiheeseen, ei niinkään tarjoilla vastauksia. Tavoitteena on, että työpajan aikana lapset oppivat itse tunnistamaan mainoksia ja mainosten keinoja vaikuttaa.

Keskustelun jälkeen aletaan tunnistaa mainoksia. Käytettävät mainokset (ja mainoksen kaltaiset materiaalit) voi valita itse, mutta esimerkiksi voi käyttää:

Kansikuvaa Onnimanni-lehdestä

<http://lastenkirjainstituutti.fi/onnimanni-lehti/etsi-onnimannista>

TAI kansikuvaa Sieppo-lehdestä

<http://sieppo.fi/wp-content/uploads/Sieppo-6-2015-kansi_netti.jpg>

Kansikuvaa Osviitta-lehdestä

<https://www.kotka-kyminseurakunta.fi/8348-vuosi-2017>

TAI kansikuvaa Kirkko ja kaupunki -lehdestä

<https://www.kirkkojakaupunki.fi/nakoislehdet>

Kuvakaappausta videolta, jolla rakennetaan Legoja

<https://www.youtube.com/watch?v=Xg7KDi-YoFM>

TAI kuvakaappausta videolta, jolla avataan yllätysmunia

<https://www.youtube.com/user/SurpriseToys/featured>

Vuoden 2015 parhaita aikakauslehtimainoksia esittelevän julkaisun sivulta 29 suklaamainos

<http://epaper.fi/read/3235/LwpQkq2z>

TAI Aikakausmedian Totta kai! -materiaalin sivulta 9 jäätelömainos

<http://www.aikakauslehdet.fi/content/aikakauslehti_opinnoissa/2013/aikakausmedia_totta_kai_netti.pdf>

Materiaalit voi joko tulostaa (isoille) papereille, tai laittaa esille esimerkiksi tablet-laitteiden näytöille. Kaikki mainokset laitetaan esille samanaikaisesti. Oppilaiden annetaan vapaasti liikkua tilassa ja tutkia kuvia. Kun kaikki ovat tutkineet tarpeekseen, keräännytään taas yhteen ja käydään läpi yksi kuva kerrallaan.

Jokaisesta kuvasta mietitään, onko kyseessä mainos ja miksi/miksi ei. Tässä annetuista esimerkeistä vain suklaamainos ja jäätelömainos ovat mainoksia. Videoiden kohdalla voidaan pohtia mainonnan ja muun sisällön eroa - kummastakaan esimerkiksi otetusta videosta on vaikea sanoa, onko kyseessä mainos vai ei.

**Osa 2: tulkitseminen**

Tässä osassa pohditaan mainosten keinoja vaikuttaa.

Lähdetään liikkeelle edellisessä vaiheessa tunnistetusta mainoksesta. Aletaan pohtia mainoksen värejä. Miksi suklaamainos on melkein kokonaan sininen? Tai miksi jäätelömainos on pinkki ja vihreä? Mitä sininen, pinkki ja vihreä viestivät? Millaisia mielikuvia oppilaille tulee väreistä? Mitä muuta samoilla väreillä voisi mainostaa? Mitä muilla väreillä voisi mainostaa? (Vastauksia eri värien käyttöön mainonnassa löytyy Aikakausmedian Totta kai -oppimateriaalista sivuilta 9-10. Samasta materiaalista löytyy myös jäätelömainos, jota voi käyttää esimerkkinä.)

Entä miksi suklaamainoksessa popcornit lentävät melkein katsojan silmille? Tai miksi suklaa on jo osittain avattu paketista ja siitä on murtunut palasia? Miksi jäätelömainoksessa jäätelö paljastuu vadelman sisältä? Miksi vadelma on edelleen pensaassa?

Onko suklaalevyssä oikeasti niin paljon ja niin isoja popcorn-paloja kuin mainoksessa näytetään? Paljonko jäätelössä oikeasti on vadelmaa?

Mainonnan luoman kuvan todenmukaisuutta voidaan pohtia myös esimerkiksi Totta kai -materiaalista sivuilta 14-15 löytyvien maito- ja tuoremehumainosten avulla. Tuleeko maito suoraan lehmästä purkkiin? Puristetaanko tuoremehu suoraan puusta purkkiin?

**Osa 3: suunnittelu**

Tässä osassa suunnitellaan omat mainokset. Työpajassa on toistaiseksi keskitytty aikakauslehtimainontaan, mutta tässä vaiheessa tarkastelun fokus voidaan siirtää myös toisen tyyppiseen mainontaan.

Oppilaat jaetaan neljän hengen ryhmiin, joista kukin perustaa oman mainostoimistonsa. Ryhmille jaetaan yhteinen paperi, jonka kulmiin jokainen piirtää tai kirjoittaa oman aiheensa. Aiheen ympärille voi myös piirtää tai kirjoittaa omia ideoitaan mainoksen toteutukseen. Sitten paperia kierretään 90 astetta, jolloin jokaisella oppilaalla on edessään vieruskaverin suunnitelma. Oppilas lukee vieruskaverinsa idean paperin kulmasta ja kirjoittaa tai piirtää jonkin idean, joka hänelle aiheesta tulee. Sitten paperia kierretään taas, kunnes oppilaan eteen palaa hänen oma ideansa.

Ideointia ei tarvitse rajoittaa, vaan kannustaa oppilaita kirjoittamaan mitä tahansa mieleen tulevaa kavereiden mainoksista. On se sitten väri, mainoslause, kuva, video - mitä tahansa. Ideat voivat olla myös ristiriitaisia keskenään.

Mainokset voi vielä toteuttaa, jos on aikaa ja toteutustavan voi valita käytettävissä olevien resurssien mukaan. Aikakauslehtimainokset voi toteuttaa vaikkapa kuvistyönä, joko yksittäin tai pareina/ryhmissä, jolloin oppilaat valitsevat omasta ryhmästään, mitä lähtevät mainostamaan (tai se voidaan arpoa ryhmän ideoista).