

MOKYTOJŲ REFLEKSIJA APIE TEMOS PLANĄ *REKLAMOS ĮTAKA VISUOMENEI*

LIETUVIŲ KALBA IR PILIETIŠKUMO PAGRINDAI.

Pažymėtos dvi išbandytos temos: *Reklamos įtaka; Žurnalistika, reklama ir viešieji ryšiai*, t.y. todėl, kad nė viena, nė kita tiksliai neatitinka mūsų vestos pamokos temos. Mūsų tema apėmė abi nurodytas – „Žiniasklaida ir reklama. Reklamos įtaka“. Integruota pamoka vyko tuo metu, kai klasei priklausė lietuvių kalbos pamoka „Skaitome negrožinius tekstus: reklama“. Pilietiškumo pagrindų mokytoja tuo metu neturėjo pamokos (specialiai taip planavome), tai nieko su niekuo ir nereikėjo derinti. Bet, žinoma, kolegei už vestą pamoką niekas nemokėjo. Tai savanoriškas darbas laisva valia... Be to, mes vedėme ne vieną pamoką, o pamokų ciklą šia tema, tik kitos pamokos vyko atskirai, bet planus, užduotis derinome. Ir tai dar ne pabaiga: per lietuvių kalbos pamokas rengiamasi rašyti straipsnį (pagal X kl. bendrosios programos pasiekimus) apie reklamos daromą poveikį vaikams.

Tema aktuali, mokiniai kūrybiškai atliko užduotis, objektyviai ir geranoriškai vertino kitų grupių darbus, patys įsivertino pagal pateiktus kriterijus. Mokiniai pristatė tikrai įdomių darbų – pagal iš anksto aptartus kriterijus ir nurodytą formą, būdą kūrė reklamas; jiems patiko pildyti įsivertinimo lapus, dalyvauti pokalbyje-diskusijoje aptariant darbus. O kai kurie mokiniai rengdami darbus konsultavosi su informacinių technologijų, dailės mokytojais. Šiek tiek teko skubėti, o gautus taškus už kūrybinę užduotį grupės baigė dalintis per pertrauką. Todėl geriau darbų pristatymui skirti dvi pamokas, kad neskubant užtektų laiko sukurtų reklamų aptarimui, pačiam kūrybiniam procesui prisiminti, užpildyti įsivertinimo lapus.

Kažko esminio šiame plane, manau, nekeisčiau. Su kitų – vyresniųjų klasių – mokiniais aptarėme ir daugiau *Medijų ir informacinio raštingumo* temų, bet tai jau per lietuvių kalbos dalyką, o nebuvo integruotos pamokos ar pamokų ciklai.

LIETUVIŲ KALBA IR LITERATŪRA.

Ši tematika buvo aktuali gimnazijos antrokams, mokiniams patiko. Temos planą teko truputį trumpinti, kad tilptų į dvi pamokas vietoj siūlomų 3-4, nes pamokos vyko greitai ir gerai dirbančioje klasėje. Nežiūrėtas visas reportažas iš „Pinigų kartos“. Mokiniai aktyviai diskutavo, daug „triukšmo“ buvo dėl reklamos „Miesto džunglės“, sudėtingiau buvo suvaldyti įsiauždrinusią klasę po diskusijos, kai kurie reklamos analizės klausimai pasirodė per daug paprasti. Kūrybinę užduotį mokiniai gavo atlikti namie. Argumentuotai įvertino reklamos poveikį žmogui rašydami pastraipą.

Šis planas *Reklamos paskirtis ir įtaka visuomenei* kiek per platus dirbant su gabiais ir motyvuotais vaikais, bet vidutiniokams, mokytojos nuomone, labai geras. Užtektų trumpos diskusijos atsižvelgiant į tai, kad Bendrosios programos nėra tiek išplėtos.

EKONOMIKA IR VERSLUMAS.

Kitoje gimnazijoje mokant trečiokus *ekonomikos ir verslumo* integruotos dvi temos: „Reklamos paskirtis ir įtaka visuomenei“ bei dalyko pamokos tema „Išoriniai padariniai, veikiantys rinką“. Pamoka nebuvo integruota su kitu dalyku. Reklamos analizės lentelės klausimų skaičių truputį mažintas. Daugiau laiko skirta diskusijoms. Integruoti dviejų temų planą pavyko. Mokiniai atpažino, kritiškai vertino reklamą, ši tema sukėlė labai daug diskusijų. Teko stebėti bei stabdyti diskusijų laiką, nes apie reklamą mokiniai turi ir nori daug ką pasakyti. Kiekvienas mokytojas gali pasirinkti individualiai, kuriai mokymosi veiklai skirti daugiau ar mažiau laiko.

LIETUVIŲ KALBA, EKONOMIKA IR VERSLUMAS.

Pirmajai gimnazijos klasei vesta integruota pamoka *Reklamos priešistorė ir reklamos teksto struktūra*. Lietuvių kalbos mokytoja dirbo su ekonomikos ir verslumo mokytoja vieningai, pamoka buvo atvira, jų pamoką stebėjo gimnazijos direktoriaus pavaduotoja ugdymui. Pasisekė sudominti mokinius, įtikinti temos aktualumu. Mokiniai aktyviai dalyvavo pokalbyje, suvokė, kodėl reikia išmanyti reklamos kūrėjų triukus, teksto struktūrą. Pamokos planas buvo iš dalies įgyvendintas, būtų tikslinga išskaidyti mokinių veiklą į 2 pamokas. Šiai temai reikėtų dar vienos pamokos – reklamos teksto kūrimo remiantis struktūros reikalavimais. Verta panagrinėti reklamos tekstų leksiką, sintaksę ir pan. Teorinės medžiagos pakanka. Užduočių galima būtų skirti daugiau – nagrinėti vaizdinės medžiagos. Pasiekimų vertinimas pamokoje buvo formalusis – pažymiai, o galima taikyti kaupiamąjį vertinimą. Namų darbai buvo įvertinti prizų.

DAILĖ.

Per menų pamoką trečiai gimnazijos klasei integruota tema „Šiuolaikinė reklama ir paveldas“. Ši tema mokiniams pasirodė aktuali. Pavyko įgyvendinti temos planą per numatytą laiką. Mokiniai susipažino su įvairiais reklamos kūrėjų „triukais“, suprato tikrąją reklamos paskirtį, išmoko skirti reklamos rūšis, analizuoti reklaminių filmuką.

Turint filmavimo kamerą būtų galima pabandyti nufilmuoti trumpus reklaminius siužetus, vėliau juos aptarti, kaip pavyko juos sukurti ir ką galima pataisyti.

Kitoje gimnazijoje antrojai nagrinėjo menų ir reklamos temą „Vizualiųjų reginių meniniai bruožai“. Šiandien reklama labai sparčiai skverbiasi į įvairias gyvenimo sritis, todėl ši tematika mokiniams labai aktuali. Temos planą pavyko įgyvendinti per numatytą laiką. Mokytoja vedė atskirą pamoką. Labai efektingas ir produktyvus buvo darbas grupėse, kada mokiniai analizavo ir stengėsi išryškinti reklamos teikiamas galimybes ir kas nutiktų, jei nebūtų reklamos. Vienintelė problema, kilusi šios pamokos metu, buvo ta, kad mokiniams grupėse sunkiai sekėsi apibendrinti ir suformuluoti išvadas. Siūloma atskiroms grupėms pritaikyti skirtingas užduotis, kad būtų daugiau užduočių įvairovės.

ETIKA.

Pirmoji gimnazijos klasė nagrinėjo temą *Kokia yra medijų (reklamos) įtaka formuojant vyro ir moters įvaizdį?* Šios pamokos tematika yra aktuali mokiniams. Jie daug žino apie reklamą, tik kartais sunkiai atsirenka, koks jos poveikis mūsų gyvenimui: teigiamas, neigiamas, ar ir teigiamas, ir neigiamas. Pavyko įgyvendinti temos planą per numatytą laiką. Vedant šią pamoką ypač sekėsi taikyti mokymo(-si) metodą „Akademinė kontraversija“. Nekilo jokių mokymosi problemų.

Kiekvienas mokytojas šios temos planą gali kūrybiškai patobulinti įnešdamas naujų idėjų ir pritaikydamas individualiai kiekvienai klasei pagal mokinių žinių ir gebėjimų lygį. Galbūt reikėtų pamokos metu šiek tiek daugiau dėmesio skirti socialinei reklamai. Mokytojos nuomone, pateiktas temos planas, metodinė medžiaga, siūlomi mokymo(-si) metodai atitinka devintokų (gimnazijos pirmokų) gebėjimus ir poreikius.