

פרסומות: אויב או אוהב?

פרסומת היא לרוב פעולה שנעשית בתשלום, כך הדבר גם בפרסומות המתמקדות באופנה אשר נועדו לנסות ולמכור לנו פריט אופנה כזה או אחר. בפעילות זו נתמקד בפרסומות ובאופן שבו הן משפיעות עלינו.



הקדמה:

בפעילות זו נתמקד באופן שבו משפיעות עלינו פרסומות. באיזה אופן משפיעה המדיה על השיח שלנו עם אחרים וכיצד כל זה משפיע על ההערכה העצמית האישית שלנו.

מטרות:

1. התלמידים יכירו מניפולציות רגשיות המופעלות עלינו בפרסומות.
2. התלמידים יהיו מודעים להשפעה הרגשית של הפרסומות על ההערכה העצמית של כל אדם.
3. התלמידים יתנסו בניתוח וביצירת פרסומות.
4. התלמידים יפתחו חשיבה ביקורתית ביחס למסרים בפרסומות.

חשוב:

- יש לקיים את הפעילות ברצף: שיעור כפול של 90 דקות.

משך זמן



90 דק'

גיל



חט"ב - חט"ע

התאמה לתחומי דעת



כישורי חיים

ידע מוקדם



לא נדרש

מושגים מרכזיים



פרסום, מסר גלוי וסמוי, הטייה בפרסום

מיומנויות נלמדות



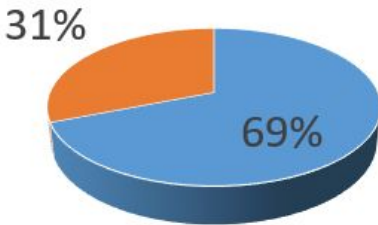
חשיבה ביקורתית, העברת מסר ממוקד, עבודת צוות

להכין מראש

מחשב המחובר לרשת + מקרן
על התלמידים להגיע עם
טלפונים חכמים

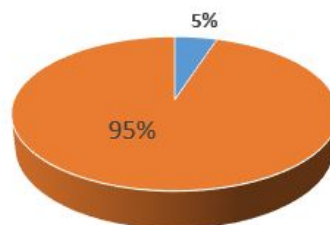
מהלך הפעילות

פעילות	דק'	סוג פעילות	עזרים
1. מה אומרת לנו התמונה?	20	 פעילות בזוגות  פעילות מתוקשבת  דיון כיתתי	מקרן + מחשב מחובר לאינטרנט

			ספר קריאה עם כותרת בולטת "נערה כזאת". מה בעצם מנסים לומר לנו? - "אם תקני משקפים כאלה תיראי כמו הדוגמנית שבתמונה". זהו המסר הנסתר בפרסומת זו. 	
מקור + מחשב מחובר לאינטרנט	 מצגת	10	הידעתם? הצגת נתוני מחקרים אשר מתמקדים בהשפעת עולם הפרסום על דימוי גוף הנחיות למורה/מד"ץ: הציגו בפני התלמידים את הגרפים והוסיפו את ההסבר למידע המוצג. האם חשיפה לתמונות של דוגמניות השפיעה משמעותית על תפיסת הגוף האידיאלי?  כן הייתה השפעה לא הייתה השפעה	2.

69% מהנערות שענו למחקר, הסכימו שלדוגמניות שאליהן נחשפו היתה השפעה משמעותית על התפיסה שלהן לגבי מהו גוף אידיאלי.

רק ל-5% מהנשים יש גוף התואם למוצג בפרסומות (ארה"ב)



גוף לא תואם לפרסומות גוף התואם לפרסומות

רק ל-5% מהנשים בארצות הברית יש גוף התואם לזה המוצג בפרסומות כיום.



רוב הדוגמניות שוקלות כ-23% פחות מאשה ממוצעת.
לפני 20 שנה הבדל זה היה רק כ-8%



תוכניות טלוויזיה המתמקדות במראה החיצוני משפיעות על ההערכה העצמית של בנות.



במחקר שהתבצע על ילדים בכיתה ה' ילדים אמרו לחוקרים שהם לא מרוצים מהגוף שלהם לאחר שצפו בוידאו של בריטני ספירס.



כבר בגיל 6-8, 35% מהבנים הצביעו על גוף רזה יותר משלהם כגוף האידיאלי. בנוסף, לדמויות המשחק שבהם משחקים הבנים בגיל

			זה גוף מוגזם באופן שאפילו שרירנים מקצועיים לא יכולים לפתח גוף שכזה. חוקרים מצאו קשר משמעותי בין החשיפה של בנים ונערים לגוף שרירי מאד, לבין דימוי עצמי שלילי בסיום חלק זה של הפעילות, מומלץ להציג את הסרטון הבא העוסק בדרך שבה התקשורת משפיעה על האופן בו אנשים מעריכים את גופם. Media's Effects on Body Image https://youtu.be/mRtjyAi5C3w סיכום ביניים: הפרסומות משפיעות על דימוי הגוף שלנו, גם אם אנחנו לא מודעים לכך ההשפעה היא גם על בנים וגם על בנות. ההשפעה מתחילה כבר בגילאים צעירים מאד	
מקור + מחשב מחובר לאינטרנט	 צפייה בסרטון	15	סוד היופי בפרסומות...פוטושופ הדמויות של גברים ונשים אשר אנו רואים בפרסומות הם במידה רבה המצאה של הפרסומאים, אותם אנשים המייצרים את הפרסומות. כיצד? הנחיות למורה/מד"ץ: שלושת הסרטונים הבאים ממחישים את האופן שבו ניתן לשנות מראה פנים וגוף בעזרת תוכנת פוטושופ. How Meaningless Beauty Standards Really Are Dove evolution Retouching in 90 Seconds • הציגו תחילה את אחד מהסרטונים המתמקדים בשינוי פנים וגוף אנושיים.	3.

	 דיון כיתתי  צפייה בסרטון  דיון כיתתי		• בתום הצפייה בקשו מהתלמידים להצביע על הטכניקות השונות בהן נעשה שימוש על מנת להציג את הדמות המושלמת. • הסבירו כי עולם הפרסום כולו מבוסס על אשליות ויצירת תמונה שאינה קיימת במציאות. הדבר קורה לא רק עם אנשים אלא גם בצילומי פרסומות של מזון, גם האוכל הטבעי לא נראה כפי שהוא מוצג בפרסומות. • הציגו בהמשך את סרטון הצילום של האוכל. Food for ads • לאחר צפייה בסרטונים קיימו דיון בשאלה 'כיצד ולא יזה מטרות/ות יוצרות הפרסומות אשליה'? סיכום ביניים בסיום חלק זה של הפעילות הציגו את טקטיקות הפיתוי והמסרים בהן נעשה שימוש בפרסומות: הגזמה, יצירת אשליה - את/ה יכול להיראות כמו...עטיפה מבריקה, אריזה מדהימה, מראה מתאים, הופעה מושכת, אוכל טעים.	
מקור + מחשב מחובר לאינטרנט דף A4 + צבעי עיפרון/טושים/מדבקות צבעוניות	 מצגת  עבודה בזוגות  דיון כיתתי	25	4. יוצרים פרסומות הנחיות למורה/מד"ץ: בשלב זה של הפעילות נתנסה בהכנת פרסומות. • חלקו את התלמידים לזוגות. • על כל זוג להכין פרסומת לדבר סתמי ויומיומי בסביבתם, ולגרום לו להראות מיוחד ומרשים, כך שיראו את ההבדל בין המקורי לזה שיצרו בפרסומת. התלמידים מוזמנים להשתמש בפילטרים וניתן אף ליצור גיף עם כיתוב. על התלמידים לחשוב מראש על מיקום העצם המצולם, ועל הדרך לגרום לו להראות יוקרתי ומיוחד. במליאה, כל זוג מציג את הפרסומת שהכינו. דיון: • האם לרוב פרסומות אמיתיות מציגות גם את המאפיינים השליליים של מוצר? • מדוע?	

מקור + מחשב מחובר לאינטרנט	 מצגת		סיכום: להסביר כי תפקידנו כצרכנים הוא להבין שמציגים לנו רק את ההיבטים החיוביים של המוצר, ולרוב גם מקצינים אותם ואת מי שמציג אותם. עלינו להפעיל חשיבה ביקורתית ולהבין בעצמנו את מה שהמפרסם מעדיף לא להציג לנו. https://support.giphy.com/hc/en-us/articles/360019683332-What-Is-A-GIPHY-Sticker-	5.
-------------------------------	---	--	--	----

מקורות עזר:

1. Tweak AnAd <https://about-face.org/learn/tweak-an-ad/>
2. Photoshop Parodies by Artist Anna Hill - Show How Magazine Ad Beauty Is An Illusion <https://www.bustle.com/articles/10680-photoshop-parodies-by-artist-anna-hill-show-how-magazine-ad-beauty-is-an-illusion>
3. מאה שנים של אידיאל היופי הגברי בדקה וחצי
4. <https://youtu.be/3-tJ5erxh4Y> סרטון
5. Media's Effects on Body Image <https://youtu.be/mRtjyAi5C3w>
6. 'The Ultimate' Spoof Fragrance Commercial פרודיה <https://youtu.be/Mo-gopO4Css>
7. Timelapse Video of Photoshopping Shows How Meaningless Beauty Standards Really Are - <https://youtu.be/yR58V1yRjRY>
8. dove evolution - <https://youtu.be/iYhCn0jf46U>
9. Time-Lapse 90 Minutes of Retouching in 90 Seconds - <https://youtu.be/rOol8sN0bTM>
10. Food for ads <https://www.youtube.com/watch?v=0Bj5Elq1JN8>

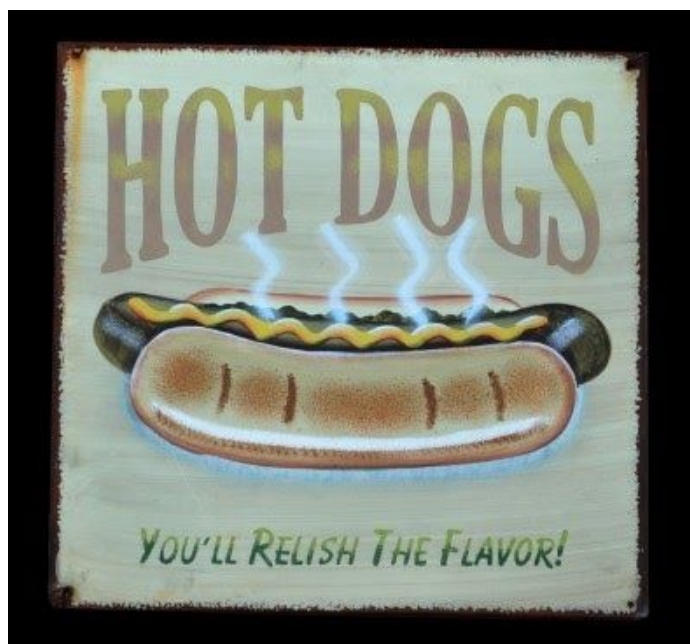
יישומים:

1. AnswerGarden - <https://answergarden.ch/>
2. GIF Maker - <https://giphy.com/create/gifmaker>

נספח 1 - מקבץ תמונות פרסומת

תמונה	קישור	QR
DON'T HATE ME BECAUSE I'M BEAUTIFUL	http://longleaf.net/wp/writing/s/dont-hate-me-because-im-beautiful/	
שרלין ת'ירון מציגה את הבושם של J'edior	http://www.spotit.co.il/html5/ProLookup.taf?_ID=27439&did=11114&G=11139&SM=	
How to Pick the Perfect Pair of Glasses, According to Your Face Shape	https://www.womenshealthmag.com/health/g19916154/best-eyeglasses-for-your-face-shape/	
Versace's New Line of Eyewear	https://www.popsugar.com/fashion/Kate-Moss-Versace-Eyeglasses-2013-Ad-Campaign-31055601	
פרסומות ל- serious watch (ads (stills	https://www.downtownmagazine.com/top-ten-mens-watch-ads/	

ניתוח פרסומת - דוגמה



מס.	שאלות	תשובה
1	איזה מוצר מנסה פרסומת זו למכור?	הפרסומת מנסה למכור אוכל - נקניקיה בלחמניה
2	איזה סיפור מספרת התמונה?	קנה אותי אני הנקניקיה המושלמת. קנה אותי ותוכל גם להרגיש את הטעם הנפלא שלי.
3	מהו המסר של הטקסט?	אוכל נפלא, טעים משביע
4	מהו הרגש אותו מבקש יוצר הפרסומת לגרום לך שתרגיש כך שתקנה את המוצר?	בחרתי נכון. הנקניקיה היא אשר תגרום לי להפסיק להרגיש רעב.
5	מהן שיטות הפרסום בהן משתמשים המפרסמים?	ציור/איור בדגש על אסתטיות הדגשת האידיאל המושלם (למשל מריחה מדויקת של החרדל), בשילוב טקסט משלים... YOU'LL RELISH FLAVOR

מס.	שאלות	תשובה
1	איזה מוצר מנסה פרסומת זו למכור?	
2	מהן השיטות שבהן הפרסומת משתמשת?	
3	איזה סיפור מספרת התמונה?	
4	מהו המסר של הטקסט?	
5	מהו הרגש אותו מבקש יוצר הפרסומת לגרום לך שתרגיש כך שתקנה את המוצר?	