



1. Temat zajęć: Afryka w reklamie
2. Pytanie kluczowe: Jak reklamy przedstawiają Afrykę?
3. Cele:
Uczeń, uczennica:
 - jest świadomy/świadoma, że reklamy wykorzystują uproszczony wizerunek Afryki,
 - ocenia wpływ reklam na wzmocnianie lub obalanie stereotypów,
 - podaje przykłady innych stereotypów wykorzystywanych w reklamach.
4. NaCoBeZu
 - wyjaśnisz jakie dwa obrazy Afryki pokazują prezentowane reklamy płatności mobilnych,
 - zajmiesz i uzasadnisz swoje stanowisko w dyskusji na temat reklamy płatności mobilnych PKO BP.
5. Czas: 45 minut
6. Metody i formy pracy
 - praca w grupie
 - analiza obrazu
 - dyskusja moderowana
 - miniwykład
7. Pomoce dydaktyczne, potrzebna infrastruktura:
komputer z połączeniem do internetu (najlepiej 2 komputery)
rzutnik
tablica
8. Szczegółowy przebieg zajęć
 1. Poproś uczennice i uczniów o zapisanie na kartkach (tylko dla siebie) pięć słów, które przychodzą im do głowy, kiedy myślą o Afryce. Powiedz, że w dalszej części lekcji wrócić do tych zapisów >> 3 minuty
 2. Podziel klasę na dwie (lub cztery grupy). Każdej z grup przekaż komputer i poproś o zapoznanie się z jedną z reklam. Poproś ich o wypisanie w grupie wszystkich obrazów, które widzą w reklamie oraz ich wyobrażeń o życiu w Afryce, które kojarzą im się z nimi. Jeśli grupa nie zna języka angielskiego możesz przekazać im również tłumaczenie reklamy anglojęzycznej zawarte w załączniku nr 1 (choć nie jest to konieczne). >> 5 minut
 3. Kiedy grupy zakończą pracę poproś uczniów i uczennice (nadal w tych samych grupach) o wspólne wybranie 5 słów, które po obejrzeniu przychodzą im do głowy jako opisujące Afrykę i zapisanie ich na tej samej kartce. >> 5 minut
 4. Poproś przedstawicielkę lub przedstawiciela każdej z grup o zapisanie na tablicy 5 słów, które wybrali.
 - a. Wytłumacz, że zapisane 5 słów to pewne stereotypy na temat Afryki, które nabywamy, gdy stykamy się z pewnymi informacjami na temat tego kontynentu.
 - b. Możesz jednocześnie wprowadzić definicję stereotypu jako uogólnionego / uproszczonego wizerunku grupy lub miejsca. Wyjaśnij, że wszyscy posługujemy się stereotypami, ponieważ ułatwiają nam codzienne funkcjonowanie, zwróć też uwagę,



że mylenie stereotypu z prawdą może mieć szereg negatywnych konsekwencji (podaj przykłady).

- c. Zapytaj uczennice i uczniów z pierwszej grupy, jakie obrazy mogła zawierać reklama oglądana przez drugą grupę, jeśli wywołała zapisane na tablicy skojarzenia.
 - d. Poproś drugą grupę o skomentowanie odpowiedzi swoich koleżanek i kolegów. Następnie zadaj odwrotne pytania drugiej grupie. >> 7 minut
5. Wspólnie obejrzyjcie obie reklamy. Zapytaj uczennice i uczniów, czy spotkali się wcześniej z podobnymi wizerunkami państw afrykańskich (w mediach elektronicznych, w internecie, w literaturze, w prasie drukowanej, w telewizji). Jakie to były obrazy, do których z dwóch reklam było im bliżej. >> 5 minut
 6. Poproś teraz uczennice i uczniów o powrót do kartek ze skojarzeniami ze słowem Afryka, które zapisali na początku lekcji. Poproś kilka chętnych osób o odczytanie swoich skojarzeń. Zapytaj, której grupie skojarzeń z tablicy są one bliższe i dlaczego tak jest. >> 5 minut
 7. Wprowadź uczniów w dyskusję dotyczącą polskiej reklamy, którą oglądali. Reklama została skrytykowana m.in. przez Fundację Afryka Inaczej za utrwalanie stereotypów o Afryce i ignorancję, ponieważ to w Afryce (głównie w Kenii) działa system płatności mobilnych (zwany M-PESA), który jest bardziej zaawansowany niż usługa promowana przez PKO BP. Na rzutniku wyświetl cytaty ze stanowiska Fundacji Afryka Inaczej i PKO BP (Załącznik nr 2). Poproś o zastanowienie się nad tymi argumentami. >> 3 minuty
 8. Po przeciwnych stronach klasy zawieś kartki, na których zapisane będą poniższe stwierdzenia. Poproś wszystkich aby wstali i zajęli miejsce w klasie w zależności od tego, w jakim stopniu się z nimi zgadzają. Im bliżej ściany z danym stwierdzeniem tym bardziej wydaje im się ono słuszne. Po ich odczytaniu poproś kilka osób (z obu stron sali) o uzasadnienie swoich odpowiedzi i zachęć do dyskusji. W czasie jej trwania uczniowie i uczennice mogą zmieniać miejsce (zależnie od zmiany swoich poglądów) >> 12 minut
 - a. Reklama PKO BP jest śmieszną i nieszkodliwą autoironią.
 - b. Emisja reklamy PKO BP powinna zostać zakazana przez Radę Etyki Reklamy, ponieważ wzmacnia negatywny stereotyp Afryki i jest nieprawdziwa.
 9. W ramach pracy domowej poproś uczennice i uczniów o odnalezienie w reklamach innych stereotypów konkretnych grup lub miejsc.

9. Materiały pomocnicze

Nagrania dwóch reklam dostępne w kanale YouTube:

- <http://www.youtube.com/watch?v=XntOcdYf8NM>
- http://www.youtube.com/watch?feature=player_detailpage&v=nEZ30K5dBWU

Załącznik nr 1 – tłumaczenie anglojęzycznej reklamy

Załącznik nr 2 – cytaty ze stanowisk Fundacji Afryka Inaczej i PKO BP w sprawie omawianej reklamy

Załącznik nr 1

Napis na ekranie telefonu mężczyzny: Wyślij pieniądze

Napis na ekranie telefonu kobiety: Otrzymałeś przelew o wysokości 1000 szylingów kenijskich



Narrator: Teraz możesz przesyłać pieniądze szybko i bezpiecznie używając nowej usługi M-PESA firmy Safari.com.

Narrator: To nowa wiarygodna forma wysyłania i otrzymywania pieniędzy za pośrednictwem telefonu komórkowego. Już dzisiaj odwiedź najbliższego agenta M-PESA. Należy zapoznać się z warunkami umowy.

Załącznik nr 2

Stanowisko PKO BP

(...) Wiedza o zaawansowaniu technologicznym takich krajów jak Kenia była powszechna wśród osób pracujących w projekcie. Osadzenie w tym kontekście reklamy nowinki technologicznej w Polsce, z której PKO chce dopiero uczynić nowy standard rynkowy, świadczy naszym zdaniem o poczuciu autoironii i dystansu jej twórców wobec siebie. (...)

Całość dostępna tutaj: <https://www.facebook.com/Afryka.Inaczej/posts/10151370428886932>

Stanowisko Fundacji Afryka Inaczej

(...) Na dzień dobry padają słowa „5 deko termitów” - typowe dla bambomentalu. Sugeruje, że miejscowi (każdy jest tubylcem u siebie) jedzą termity, zamiast wieprzowiny. (...) Ostatni komentarz o końcu cywilizacji (gdzie jej początek, skoro człowiek pochodzi z Afryki?) jest absolutnie nie na miejscu. Obraz może być zabawny, dać do myślenia albo poruszać. Zależy co sprzedajemy. Ale nie można handlować stereotypami. (...)

Całość dostępna tutaj: <http://afryka.org/afryka/pko-na-krancach-stereotypow,news/>