



**Coimisiún na Scrúduithe Stáit
State Examinations Commission**

LEAVING CERTIFICATE EXAMINATION, 2007

FINNISH

HIGHER LEVEL

**Thursday, 7th June
Afternoon 1.30 p.m. to 4.30 p.m.**

TEHTÄVÄT

Ohje: Vastaa kaikkiin kolmeen tehtävään suomeksi. Tehtävässä I on alakohtia, joihin kaikkiin tulee vastata. Viimeisessä tehtävässä III on kaksi vaihtoehtoa, joista valitaan vain toinen. – Koko kokeen maksimipistemäärä on 100.

Merkitse vastauspapereihin selvästi jokaisen tehtävän numero ja kirjain.

TEKSTI (liittyy kysymyksiin 1- 6)

Mainonnan lukutaito osaksi mediakasvatusta

Mainonnan perimmäinen tarkoitus on – ja sen pitääkin olla – myynnin lisääminen, vaikka motiivejaan kainosteleva markkinoinnin ammattiväki mielellään puhuu tuotteiden tunnettuuden parantamisesta, brändin vahvistamisesta tai imagon kohottamisesta.

5 Mainontaan investoitiin Suomessa viime vuonna 2 689 miljoonaa euroa. Ymmärrettävästi elinkeinoelämä odottaa investoinnilleen voittoa.

Aktiivinen suomalainen törmää arjessaan joidenkin arvioiden mukaan vähintään tuhanteen mainossanomaan päivittäin. Jotkut niistä ovat avoimempia, toiset kätkeytyviä.

10 Maksettuun mediamainontaan suunnittelu- ja tuotantokustannuksineen eri välineissä sijoitettiin **Mainonnan Määrä 2005** -tutkimuksen mukaan 1 363 miljoonaa euroa.

15 Media on myös toimitukselliselta sisällöltään voimakkaasti mainonnallistunut. Kaupallisten impulssien erottaminen nykyihmistä ympäröivästä viestitulvasta on yhä vaikeampaa.

Lasten altistuminen mainosten vaikutuksille on erityinen huolenaihe, jota mainosala on itse lähtenyt korjaamaan tänä syksynä peruskoulujen ala-asteelle ja niiden opettajille suuntaamallaan **Media Smart** -opetusaineistolla.

20 Uudenlaisen mediakasvatuksen tarpeet on huomattu monella taholla: mainonnan neuvottelukunnan lisäksi medialukutaitoa ovat

kehittämässä opetusministeriö, Liikesivistysrahasto ja Viestinnän taloudellinen tutkimussäätiö.

25 **Media Smart –aineistoa** toivotaan käsiteltävän 7-12-vuotiaiden peruskoululaisten opetuksessa eri oppiaineiden tunnilta.

Lasten on hyvä oppia tuntemaan markkinointiviestinnän perusteita voidakseen erottaa mainonnan muusta informaatiosta ja mediasisällöstä.

30 Oppilaita opetetaan tunnistamaan mainoksia, tekemään niihin korjausehdotuksia ja jopa luomaan oma mainoshahmonsia. Opinto-ohjelman tavoitteena on tarjota eväitä itsenäiseen päätöksentekoon normaalissa elinympäristössä kotona ja ostoksilla.

35 Muotivaatteiden esittelyt merkit ja ostopaikat osoittaen, nimellä mainittujen meikkien ylistys ja shoppailun ihannoiti itsetunnon kohentajana ovat uusien ja uudistuvien naistenlehtien normaaliaineistoa. Viinien maistelu, autojen ”koeajot”, kehotukset julkeasti hemmottella itseään, tuotteen nimi mainiten, ovat lehtien normaaliaineistoa.

40 Televisio on kehittänyt omat tapansa tuote-esittelyihin ohjelmiansa sisällä. Kulttuuritapahtumissa tuotemerkit ja yritysnimet tulevat näyttävästi esille myönteisessä valossa ja vastaanottajan yllättävässä yhteydessä.

Samalla markkinointiviestintä sekoittuu iloisesti korkeatasoisenkin tilaisuuden henkiseen antiin ja iskee suojaamattomaan pallean.

45 Turun kauppakorkeakoulun Nando Malmelin näkee mainonnan lukutaidossa neljä osa-aluetta. Ne ovat informaation, estetiikan, retoriikan ja kaupallisuuden lukutaito. Informaation lukutaito on tavanomaisen asiasisällön ymmärtämistä. Sekään ei ole itsestäänselvyys, kun käyttöohjeet ja tekninen tuoteinformaatio pyrkivät slangitumaan esimerkiksi tietotekniikan alueella.

50 Esteettinen lukutaito mahdollistaa mediaesityksissä käytettyjen esteettisten keinojen ja taiteellisen ilmaisun monipuolisen arvioinnin. Näiden ymmärtäminen antaa mahdollisuuden hyvistä mediaesityksistä nauttimiseen puhtaana viihteenä.

55 Retoriikan lukutaito tarkoittaa kykyä erottaa suostuttelu muusta informaatiosta. Puhuttelutavoista ja –muodoista oivaltava mediayleisö tajuaa, mihin ryhmään mainostaja haluaa sitä taluttaa.

Retoriikan lukutaidon hallitseva kuluttaja huomaa kyllä juonen, jos häntä yritetään rohkaista mieheksi, joka kulkee omia teitään, tai naiseksi, joka on meikkisarjansa arvoinen.

60 Kaupallinen lukutaito on yksinkertaisesti kykyä nähdä viestinnän raat, myynnin lisäämiseen tähtäävät tarkoitusperät.

Tehtävä on nykyisin vaikeampi kuin uskotaankaan. Tuotesijoittelu on vallannut elokuvat ja kaupalliset televisiokanavatkin kilpailuttavat markkinoijia.

65 Katsojan mieleen syöpyy jännityksen keskellä muistijälki siitä, kenen kännykkään sankari puhuu ja millä autolla hän voittaa takaa-ajon.

Kalervo Peltonen, toimittaja

I TEHTÄVÄ: Vastaa kaikkiin kysymyksiin.

1. Selitä omin sanoin seuraavat sanat:

- a. kainosteleva (rivi 2) 1 p.
- b. altistuminen (rivi 16) 1 p.
- c. taluttaa (rivi 55) 1 p.
- d. syöpyy (rivi 64) 1 p.

2. Selitä omin sanoin, mitä tarkoittavat seuraavat ilmaukset:

- a. "Kaupallisten impulssien erottaminen nykyihmistä ympäröivästä viestitulvasta on yhä vaikeampaa." (rivit 14-15) 2 p.
- b. "Lasten altistuminen mainosten vaikutuksille on erityinen huolenaihe." (rivit 16-17) 2 p.
- c. "Puhuttelutavoista ja –muodoista oivaltava mediayleisö tajuaa, mihin ryhmään mainostaja haluaa sitä taluttaa." (rivit 54-55) 2 p.

Selitä seuraavat artikkelin käsitykset:

- 3. Millaisia kaupallisia viestejä televisio välittää ja miten se sen tekee? 5 p
- 4. Millaista elämäntapaa mainonta myy? 5 p.
- 5. Miten mainonta vaikuttaa nykyihmisen jokapäiväisessä elämässä? 5 p.
- 6. Kuka ja miten hyötyy tekstissä esitellystä Media Smart –kampanjasta? 5 p.

II TEHTÄVÄ:

- Kirjoita suunnilleen 100 sanan mittainen oma mielipiteesi Nando Mandelinin esittämistä asioista ja ajatuksista. 30 p.

III TEHTÄVÄ:

Kirjoita suunnilleen 300 sanan aine. Valitse aiheeksi **toinen** näistä:

A. **Unelmaa ostamassa**

B. **Välinpitämättömyys on vaarallisempaa kuin viha**

40 p.

yhteensä 100 p.