

Metodický návod: 01-Emmina nová taška

Vzdelávacia oblasť: Jazyk a komunikácia, Človek a spoločnosť

Predmet: Ranný kruh/Slovenský jazyk a literatúra/Etická výchova

Audioverziu príbehu si môžu žiaci vypočuť aj počas výtvarnej výchovy či suplovanej hodiny.

Tematický okruh: Reklama a jej vplyv (CHRÁŇ)

Kompetencie: Ekonomické myslenie, praktické životné zručnosti - zodpovednosť

NŠFG: Finančná zodpovednosť spotrebiteľov/Stručne zhrnúť hlavné princípy ochrany spotrebiteľov

Čo sa žiaci naučia o peniazoch

- Rozlišovať medzi potrebami a túžbami - pochopenie rozdielu medzi tým, čo skutočne potrebujeme a čo len chceme.
- Kriticky premýšľať o reklamách - rozpoznanie techník presvedčania v reklamách a influencer marketingu.
- Vážiť si veci, ktoré už žiaci majú - oceňovanie toho, čo už máme, namiesto neustálej túžby po novom.
- Rozvážne rozhodovať o nákupoch - premyslieť si pred kúpou, či vec skutočne potrebujeme.
- Rozpoznať influencing - uvedomenie si, že youtuber často dostáva produkty zadarmo za ich prezentáciu, nemusí ich kupovať, dokonca sa mu ani nemusia páčiť.

Podnety na rozhovor

- Prečo chcela Emma novú tašku?
- Čo jej povedala mama o Lily a jej práci?
- Ako sa Emma cítila na konci príbehu?
- Stalo sa vám niekedy, že ste chceli niečo len preto, že ste to videli v reklame?
- Ako poznáte, či niečo skutočne potrebujete?
- Máte nejakú vec, ktorú máte radi, hoci nie je najnovšia?
- Aké slová používala Lily, aby presvedčila divákov o kúpe tašky?
- Prečo je dôležité vedieť, že youtuber dostáva veci zadarmo?
- Čo by ste poradili kamarátovi, ktorý chce kúpiť všetko, čo vidí na internete?

Podnety na kreslenie k príbehu

Nakresli jednu vec, ktorú veľmi chceš, a jednu vec, ktorú skutočne potrebuješ.

Zhrnutie a aplikácia - očakávané postoje žiakov

- Rozumiem, že reklama má dosiahnuť zlepšenie predaja výrobkov, preto ich zobrazuje prehnane dokonalé, bezchybné a lákavé.
- Kým výrobok kúpim, premýšľam, či ho naozaj potrebujem. Viem si odpovedať, či je výrobok moja potreba alebo túžba.
- Dokážem v reklame/vo videu rozpoznať snahu influencera o presvedčanie.