

# TIO a REKLAMA

2020

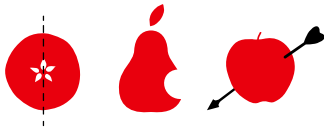
Jitka Severinová  
Stanislava Korcová



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



# Gramotnosti.pro život

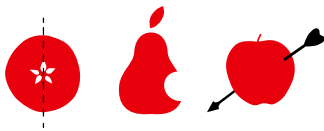
Učíme v souvislostech



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



### Rozvoj digitální gramotnosti v příběhu:

Každodenní život s technologiemi

Správa digitální identity

Osobní bezpečí a bezpečnost v digitálním prostředí

Etika v digitálním prostředí

Milý TIO, milé děti,

posílám vám mail. Je toho tolik, co bych vám chtěl napsat o zrádných cestách a nástrahách reklamy a zpráv, které nás den co den obklopují, ale vlastně to nejde. Každý den je jiný. Stále se objevuje něco nového, něco neodolatelného, něco fantastického. Něco pravdivého a něco, z čeho kouká lež. Nelze se předem připravit na to, co přijde, co uvidíte u kamarádů, v televizi nebo v obchodech.

Ale VY můžete MYSLET!!!

Myslet na nutnost věcí, které potřebujete.

Myslet na to, z čeho jsou vyrobené.

Myslet na čas, který vám budou k užítku.

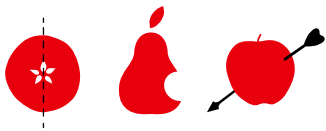
Myslet na místo, kde skončí, až o ně nebudete stát.

Myslet na ...

... no schválně, zkuste se zamyslet...

Třeba vám k přemýšlení trochu pomůže další říkanka.



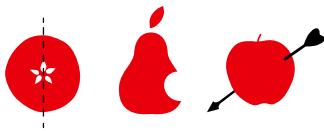


AŽ SE Z TOHO TOČÍ HLAVA,  
VŠE ÚTOČÍ ZLEVA, ZPRAVA.  
PLNO REKLAM, RŮZNÝCH ZPRÁV  
CO MÁM KOUPIT, Z ČEHO BUDU ZDRÁV.  
V POČÍTAČI, V LETÁKU,  
VŠUDE PLNO CHYTÁKŮ.

JINÝ MODEL, SKVĚLÉ CENY,  
CO JE STARÝ, NENÍ CENNÝ.  
VYMĚŇ SI TO ZA NOVÉ,  
NEJLÍP CELÉ PLASTOVÉ.  
NEMUSÍŠ TY CHYTRÁKU,  
ANI VYJÍT Z BARÁKU.

TAKOVÝ SVĚT CHCEME LIDI?  
NEVNÍMÁME, ŽE NÁS ŠIDÍ?  
VŽDYŤ I TIO VÍ TO PŘECI.  
DŮLEŽITÉ NEJSOU VĚCI,  
ALE LIDI KOLEM NÁS,  
KTEŘÍ NA NÁS MAJÍ ČAS ☐





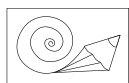
Komentář pro učitele:

Reklama je v dnešní době všudypřítomná, obklopuje nás na každém kroku, ovlivňuje naše jednání a myšlení, skrývá v sobě mnoho souvisejících jevů. Proto Vám tentokrát nabízíme doporučení pro práci s příběhem v několika variantách. Záleží na Vás, jaké téma chcete nebo potřebujete dětem zprostředkovat. Svou volbu pak přizpůsobíte nejen aktuálnímu dění ve třídě, ale i složení dětské skupiny. První varianta je propojena na text říkanky, zaměřuje se na vztahy (k věcem i lidem), ve druhé variantě najdete podněty ke společnému zamyšlení nad skutečnou potřebou a hodnotou věcí. Poslední varianta Vám může obohatit téma související s ekologií, například Den Země.

### 1. varianta

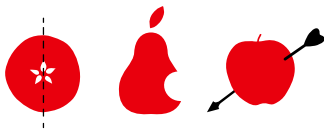


- *K čemu vás Michal nabádá? Na co ještě máte myslet?*
- *Jakou hračku máte nejraději a proč?*
- *Víte o věcech, které jsou pro vaši rodinu vzácné, které opatrujete?*
- *Darovali jste někdy nějakou věc nebo hračku?*
- *Víte o někom, kdo by něco potřeboval a nemohl si to koupit?*
- *Hrajete si raději s kamarády nebo s hračkami?*



- *Zapívejte si s dětmi písničku „Neopouštěj staré známé pro nové“ (Svěrák, Uhlíř). Povídejte si o významu textu. Ptejte se dětí, zda rozumí tomu, o čem se v písni zpívá.*
- *Diskutujte s dětmi o tom, že i staré věci nám mohou dobře sloužit, není nutné je vyměňovat za nové. Naopak, mohou pro nás mít velikou hodnotu.*
- *Hrajte s dětmi hry, které posilují sociální vztahy a emoční inteligenci ve smyslu „dobrého kamaráda nenahradí žádná hračka“.*

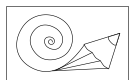




### 2. varianta



- Víte, co je to reklama a k čemu slouží?
- Co všechno už jste nakupovali a proč?
- Víte, co se děje s rozbitými nebo částečně poničenými věcmi u vás doma?
- Umí je někdo z vaší rodiny opravit? Pomáháte někdy s opravami?

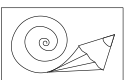


- Povídejte si s dětmi o nutnosti nakupování věcí. (Zda o tom, co kupují, rozhodují sami, nebo se nechají ovlivnit reklamou a okolím – kamarády.)
- Povídejte si s dětmi o tom, co si myslí, že opravdu k životu potřebují, a bez čeho by se obešly.
- K motivaci o přemýšlení nad množstvím hraček můžete využít pohádku „Jak našli panenku, která tence plakala“. (Josef Čapek, Povídaní o pejskovi a kočičce)
- Zahrajte si na „nepravdivou reklamu“. Děti si vzájemně nabízejí věci, které vychvalují (např. v krásné krabici zničenou, nebo popisu neodpovídající věc). Cílem hry je poukázat na nebezpečí reklam, lživých informací částečně založených na pravdivém základě. (určeno spíše pro žáky ZŠ)
- Pokuste se některé jednoduché činnosti přenést do třídy, na zahradu. (lepení, šroubování, šití apod.)
- Můžete si na pomoc pozvat zručné pomocníky, například zorganizovat dílnu s tatínky, dědečky...

### 3. varianta

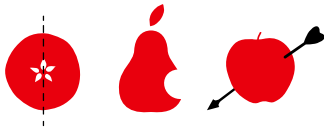


- Co se děje s přírodou, která je zanesená odpadem, který se nerozloží?
- Proč třídíme odpad?
- Co se stane s tím, co vyhodíme?



- Povídejte si o tom, co se děje s věcmi, které vyhodíme.
- Určete materiály, které pro přírodu nejsou velkou zátěží (rozloží se) a naopak materiály, se kterými si nedokáže poradit po řadu let. Udělejte si časovou přímku (provázek nebo stuhu, vyznačte na ní určité časové úseky – věk dětí, jejich rodičů, prarodičů a porovnejte dobu rozpadu jednotlivých materiálů).
- Udělejte si pokus na rozložení materiálu na pozemku školní zahrady.
- Navštivte s dětmi dle možností např. ekologickou skládku, vyhledávejte informace v encyklopediích





A ještě malá informace. Poslal jsem vám mail. Dnes běžná věc, řekneme si, ale v dobách ještě nedávných, tomu tak nebylo. To se posílaly dopisy. A poslat takový dopis není úplně snadná věc. Věděli byste jak na to?

Všechny fanoušky Robosvěta  
zdraví ajťák Michal



- *Jak dlouho trvá poslání a doručení SMS nebo mailu? (můžete názorně předvést)*
- *Posílaly jste někdy dopis? Jak dlouho trvá doručení dopisu poštou? Co k tomu potřebujeme?*

- *Pošlete si vlastní dopis. Děti si nakreslí obrázek, popř. mohou napsat i krátký vzkaz. Vyrobí si obálku, učitelky nadepíší adresu školy. Obálku vyfotí před odesláním a vytisknou. Společně zajdou na poštu (ke schránce) a dopis odešlou. Poté čekají, až dopis bude do školy doručený. Zjišťují rozdíly na obálce před a po doručení. Také si zaznamenají, kdy dopis odeslaly (den a hodinu) a kdy se jim vrátil. Zjišťují dobu doručení a porovnávají s časem pro doručení SMS zprávy nebo mailu. (Lze rozvinout na způsob doručení do vzdálenějších měst, států a světadílů. Rozdíly v délce doručení dopisu jsou delší než při SMS zprávách nebo mailech).*
- *Diskutujte o výhodách a nevýhodách SMS zpráv, mailů a dopisů.*

