

ManoMoneta



Света на медиите

Учебен материал за финансово образование за деца от 9 до 13 години

Печат

1. Издание, Хамбург 2024

Отговорник: фондация финлит gGmbH
Steindamm 71, 20099 Hamburg, Germany
Телефон: +49 40 2850 2597
info@finlit.foundation www.finlit.foundation

Концепция и изпълнение: Helliwood Media & Education im fjs e. V., Берлин, Германия

Снимки: Заглавие: shutterstock.com/AShvets, стр.3: Матиас Ертел, <https://www.matthiasoertel.de>;
Графика: shutterstock.com – особено Macrovector и drumcheg

Съдържанието на учебните материали в настоящата версия не може да се използва и възпроизвежда в непроменен вид в училищна среда на търговска основа.

Отказ от отговорност: Цялата информация е внимателно проучена и събрана. Ние не поемаме отговорност за коректността и пълнотата на съдържанието или за промени, които могат да настъпят междувременно.

Уважаеми читатели,

радваме се, че избрахте да разгледате този учебен материал. Това означава, че вече осъзнавате важността на преподаването на финансова грамотност и провеждането на разговори за пари с деца и млади хора.

Финансовите решения могат да имат големи последици за бъдещето. Особено несигурните времена показват колко е важно да бъдем финансово подготвени за непредвидими събития. Това прави финансовата грамотност житейско умение. ОИСР е също толкова убедена в това, колкото и ние. Те определят финансовата грамотност като едно от шестте основни умения за успешен живот в 21 век по целия свят. И точно това умение децата по света трябва да усвоят възможно най-рано.

Много млади хора критикуват факта, че научават твърде малко или нищо за парите и финансирането. Промяната в това отношение ще отнеме време и образователни усилия от страна на родителите, учителите и извънкласните учреждения. С ваша помощ искаме да дадем на всяко дете шанс за финансова грамотност, като го подготвим за финансови решения в реалния живот. Това обучение може да се проведе в училище или в извънкласни учебни заведения.

Инициативата ManoMoneta е ангажирана с тази кауза. Разработихме концепция, която ви позволява да научите децата на отговорно използване на пари от най-ранна възраст. Предназначена е предимно за деца на възраст между девет и тринадесет години. С нашия материал искаме да ви вдъхновим и да ви покажем конкретни идеи за обучение как да подходите към темите за парите и финансите по начин, който е близък до ежедневието и свързан с други важни теми и умения.



Предложението включва идеи за обучение по две различни теми. За всяка тема са налични планове за уроци, методи, основна информация, работни листове и други.

Това включва 16 учебни карти, които предоставят информация. В допълнение нашето портфолио предлага задачи за затвърждаване и задълбочаване на придобитите знания, както и препратки към свързани теми като домакинство и работа.

Темата за финансовата грамотност е особено близка до сърцата ни. Ние сме убедени, че финансовото образование е ключът към отглеждането на самоуверени и отговорни потребители. Нека работим заедно, така че следващото поколение да е добре подготвено да борави с парите отговорно в ежедневието си.

Екипът на ManoMoneta

Светът на социалните мрежи за децата

Деца на възраст между шест и тринадесет години редовно използват социалните мрежи. Мобилните текстови и гласови съобщения са особено популярни. Игрите се използват и от момичета, и от момчета на компютъра, игрови конзоли, таблет или през смартфон.

(IZI – Международни данни за младежта и медиите 2020 г.)

Шареният свят на социалните мрежи

Докато децата растат, социалните мрежи играят все по-активна роля в различни медийни формати. Платформи като YouTube, Instagram, Snapchat, Whats-App и TikTok бързо се превърнаха в част от ежедневието.

Нещо повече, светът на дигиталните игри има притегателна сила, независимо от платформата.



Въпреки това, изправени сами пред онлайн света, сблъскват често се сблъскат с огромни препятствия. Голямото разнообразие от онлайн игри дори ги примамва с финансови предложения – наречени покупки в приложението – които обещават по-бърз напредък, тоалети или специални движения и танци. Тези елементи може да не са необходими

за напредъка на играта, но изкушението е огромно. Ако в устройството има запаметен метод на плащане, като дебитна карта, това може да доведе до неприятна изненада от неочаквани разходи.

Инфлуенсърите – поп звездите на дигиталния свят – оказват също толкова голямо влияние върху децата. Те запознават публиката си с най-новите тенденции. Те публикуват във всички популярни социални мрежи за мода, красотата, фитнес, пътувания или компютърни игри и се радват на истинско обожание сред феновете си.

Междувременно децата трудно могат да разграничат дали една препоръка е направена искрено или от икономически интерес.

Освен многото възможности, които онлайн светът може да предложи, той изправя децата пред решения, чиито последствия те все още не могат да оценят. Ето защо е жизненоважно децата да бъдат чувствителни към отговорното използване на „истински“ пари в онлайн среда и да бъдат наясно с често срещаните клопки.

Учебният материал

Представеният материал позволява на учениците да се потопят в различни аспекти на света на медиите под формата на игра. Фокусът е поставен върху работата им със социални мрежи и инфлуенсъри, игри и покупки в приложения, както и използването на ваучери. Учениците ще се научат как да се справят в трудни ситуации и как да вземат решения уверено.

Умения

Използвайки добре познатия свят на социалните мрежи, учениците научават практически ежедневни умения, но също и социални, лични и такива за вземане на решения, тъй като трябва заедно да разрешават поставените в клас проблеми.



Професионални и методологически

Учениците

- > разсъждават върху боравене с пари в контекста на рекламата и медиите.
- > сравняват различните възприятия в тяхната работна група.
- > идентифицират потенциалните рискове и поставят под въпрос решенията за потребление.



Дейност и умения за взимане на решения

Учениците

- > разрешават сложни проблеми по дадена тема.
- > се учат да вземат решения самостоятелно.



Социални комуникационни умения

Учениците

- > работят в екип, за да разрешат проблеми заедно.
- > представят решенията си пред класа и ги аргументират.
- > се отнасят един към друг с уважение и зачитат чуждото мнение



Лични умения

Учениците

- > допринасят със знанието, което имат, за груповата работа.
- > поемат отговорност за себе си в групата.
- > изразяват своята гледна точка в клас.

План на урока

1. Фаза: Създаване на чувствителност към темата

Подготовка: За следващия урок помолете учениците да донесат снимки на любимите си звезди от YouTube, Instagram или TikTok. Децата трябва да обърнат специално внимание дали тези хора рекламират. Не използвайте термина „инфлуенсъри“ все още, защото той трябва да бъде въведен в клас.

Използвайки метода със стрелка надясно: Използвайки кордата със снимки, учениците представят любимите си онлайн звезди, обясняват как са попаднали на тях и научават, че инфлуенсърите са днешните рекламни медии.

Донесете снимки на рекламни звезди и ги окачете с останалите.

1.1 Започнете с корда със снимки

Започнете урока, като закачите донесените от учениците снимки на корда (метод със стрелка надясно: корда със снимки). Подредете инфлуенсърите, които включват целева реклама в съдържанието си, в единия край на кордата със снимки, а тези, които не го правят, в другия край. Накарайте учениците да обяснят защо са избрали тези инфлуенсъри, какво правят, какво рекламират и какво харесват в тях.

Социална форма: Беседа | **Материал:** Методически лист

Фаза 2: Развитие

Учениците използват карти със знания и две загадки, за да развият темите за реклама и инфлуенсъри, както и покупки в приложения и ваучери.

2.1 Обяснение на загадките

Организирайте малки работни групи, които са приблизително еднакви в представянето си. Разпределете двете загадки (работни листове 1–8) на групите и обяснете метода със стрелка надясно: Ескейп стая. В рамките на работните групи учениците могат да разпределят роли (напр. часовник, четец и т.н.). Всяка група получава съответните карти със знания със стрелка надясно. Накарайте учениците да ги прочетат, за да намерят повече информация, която да им помогне да решат загадките.

Алтернатива: Ако не сте разпечатали картите със знания, учениците могат да гледат картите със знания на компютъра/лаптопа и бялата дъска и да ги прочетат на глас.

Социална форма: Беседа | **Материал:** Карти със знания



Картите със знания като PDF за изтегляне: реклама, покупки в приложения, инфлуенсъри, ваучер

2.2 Разрешаване на проблеми

Сега раздайте работните листове със стрелка надясно (страници 11–18) за загадките. Въз основа на новопридобитите знания, учениците работят по тях. Във фази 2.1 и 2.2 дайте на учениците достатъчно време да работят върху загадките. Например, можете да пуснете таймер на черната дъска, настроен на приблизително 40 мин.

Социална форма: Работа по групи |
Материал: Работни листове 1–8, Методически лист

Фаза 3: Оценка/Затвърждение

Учениците представят своите решения и отразяват наученото чрез бързи въпроси и отговори.

3.1 Обратна връзка за изпълнението на задачата

Накарайте по един ученик от всяка съответна група да представи своето решение. Съберете натрупаните знания и ги попитайте какво им се струва по-скоро доста лесно и какво по-трудно. Попитайте учениците:

- > Случвало ли ви се е да купите нещо, защото някой инфлуенсър твърди, че го харесва?
- > Някога харчили ли сте пари за оферта в приложение и ако да, в кое приложение и за какво?

Завършете урока си с коментар за това как трябва да поставяме под въпрос рекламата и да държим очите си отворени, както и собствения си бюджет предвид, когато става въпрос за оферти в приложението.

Социална форма: Беседа

Затвърждаване на знанията

Използвайте страници 4–7 от учебния материал, за да затвърдите новите знания. По желание можете да дадете страници 8/9 за домашна работа. За групи с по-ниски резултати можете също да използвате материала като въведение или като развитие на уроците.

ЗА УЧИТЕЛЯ

Време	Съдържание	Социална форма	Медия/Материал
15 минути	1.1 Въвеждане в темата чрез корда със снимки Въвеждане в темата чрез корда със снимки на звезди от онлайн пространството	Беседа	Метод: Снимки, корда, щипки за дрехи
15 минути	2.1 Обяснение на загадките Обясняване на работата по групи и раздаване на материали	Беседа	Работни листове Карти със знания 1–8
45 минути	2.2 Разрешаване на проблеми Създаване на мнение с помощта на карти със знания и решаване на загадка	Работа по групи	Метод: Ескейп стая
15 минути	3.1 Обратна връзка за изпълнението на задачата Решаване на загадка и обобщение на занятията	Беседа	Работен лист с отговори

Метод: Корда със снимки

Методът

Кордата със снимки е често срещан метод на преподаване, използван за представяне на резултати, записване на въпроси или картографиране на процеси. В допълнение, включването на изображения в класната стая е подходяща визуална помощ и служи като входна точка към нова тема.

Дидактическа цел

Кордата със снимки е добър начин да започнете разговор с учениците за дадена дейност. Ако учениците лично донесат снимки, следва, че ще имат емоционална ангажираност и ще бъдат по-мотивирани да говорят за нуждите си.

Процедура

- > Опънете корда, която минава през класната стаята или по стената. Закачете подходящите снимки с щипки или помолете учениците да го направят.
- > Ако учениците са донесли свои снимки, те могат накратко да споделят кои са тези хора и защо са избрали тази снимка. След това могат да закачат снимката си на кордата. Ако предоставите произведението на изкуството, помолете учениците да кажат 2 до 3 изречения за картина по техен избор.
- > Оставете снимките в класната стая за по-нататъшен размисъл в хода на урока.

Информация за метода



15–20 мин.



10–35 участници



Беседа

Учебна фаза



Създаване на усет

Интеграция на развитието

Оценяване

Материал

Корда/въже Щипка
Изображения

Метод: Ескейп стая

Информация за метода



30–50 мин.



1–40 участника



Беседа

Обучителна фаза



Създаване на усет

Развитие

Интеграционна
оценка

Материали и мултимедия

По избор: работни листи
1-8 и бяла дъска

Методът

Методът за преподаване Ескейп стая е моделиран по концепцията за Escape Games, при която хората са заключени в стая, от която трябва да се освободят в даден момент, като използват наличните улики и аксесоари. В учебен контекст, учениците се занимават тематично със серия от загадки, за да намерят решението в рамките на даден период от време.

Дидактическа цел

Урокът е създаден с идеята за забавление. Това води към чувство за постижения. Методът Ескейп стая изисква високо ниво на социални умения и насърчава екипния дух и уважително отношение между учениците.

Изпълнение

- > Подгответе вашата Ескейп стая (тук: карти със знания, работни листове). Обяснете на учениците подробно как ще се проведе тази работна фаза.
- > След това разиграйте Ескейп стаята. Дайте време на учениците да се опитат да решат загадките. Опитайте се да удължите фазата възможно най-дълго. Учениците трябва да се организират и да решават загадките като отбори.
- > Ако сте разделили учениците на групи, които са решавали различни задачи и са работили по различни теми, включете последна фаза, в която резултатите могат да бъдат представени и сравнени. Също така ги накарайте да обяснят как са подхождали към тяхното решение.

Име _____

Клас _____

Група:
реклама/
инфлуенсъри

Работен лист 1: Реклама

Миа и Пол, нашите двама финансови изследователи, са изправени пред трудна задача. Загадките в работните листове ви водят през лабиринт от букви до тайно решение. Първо прочетете картите със знания.

Съберете правилните букви и ги попълнете в съответните им полета последователно.

Кое от изброените не е реклама?

Инструкция за употреба

Ф

Кратко продуктово видео, преди предаване по телевизията

Д

Звезда от социалните мрежи, която промотира продукт

А

Каква е целта на рекламата?

Рекламата насърчава покупки

И

Рекламата прави градовете по-цветни

О

Рекламата има за цел да забавлява

З



Защо компаниите рекламират?

За да използват парите, които печелят

П

За да се отличат от останалите продукти и услуги

Н

За да могат да платят за производството си

Р

									А
--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

Име _____

Клас _____

Група:
реклама/
инфлуенсъри

Работен лист 2: Реклама

Как всъщност работи рекламата?

Отговаряйте на въпросите с „Вярно“ или „Грешно“, докато стигнете до края на дървото с въпроси. След това въведете буквата в съответното поле.

Всичко, което виждате в рекламите, е вярно!

Вярно **Грешно**

Най-добре е да купувате продукти, които познавате от рекламите.

Рекламите имат за цел да ви насърчат да купувате.

Вярно **Грешно** **Вярно** **Грешно**

Рекламата се прави само за възрастни.

Рекламата винаги се разпознава веднага.

Добре познатите продукти и услуги се купуват по-често.

Продуктите, които се рекламират, са по-добри от останалите.

Вярно **Грешно** **Вярно** **Грешно** **Вярно** **Грешно** **Вярно** **Грешно**

Я М Х Е А Л Т В

□ □ □ □ □ □ □ □ А

Име _____

Клас _____

Група:
реклама/
инфлуенсъри

Работен лист 3: Инфлуенсър

Сега знаете какво е инфлуенсър. Но всъщност знаете ли как инфлуенсърите изкарват парите си?

Какво означава да бъдеш инфлуенсър?

Да влияеш

Н

Да продаваш

С

Да разпространяваш

Ц

Кой е инфлуенсър?

Всеки с профил в Инстаграм

О

Интернет звезда с много фенове

С

Някой, който пише коментари

К



Как инфлуенсърите общуват с феновете си?

В супермаркета

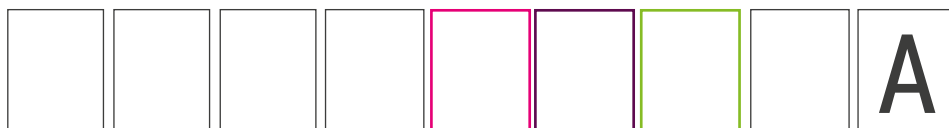
С

В платформи за онлайн пазаруване

Ю

В личните им профили чрез одобрителни коментари.

О



Име _____

Клас _____

Група:
Покупка в
приложението/
ваучери

Работен лист 5:

Покупка в приложението

Миа и Пол, нашите двама финансови изследователи, са изправени пред трудна задача. Загадките в работните листове ви водят през лабиринт от букви до тайно решение.

Първо прочетете картите със знания. Съберете правилните букви и ги въведете в полетата.

Какво мога да купя като покупка в приложението?

Телефон с готини приложения

К

Дрехи, които са на мода в момента

Т

Допълнителни функции за приложението

Г

Как мога да платя за покупка в приложението?

С кредитна карта или ваучер

Р

С пари в брой

М

С ваучер за храна

А



Кои приложения предлагат особено голям брой покупки в приложението?

Приложения за онлайн пазаруване

С

Социалните мрежи

Р

Приложения за игри

А

						Н			Т
--	--	--	--	--	--	---	--	--	---

Име _____

Клас _____

Група:
Покупка в
приложението/
ваучери

Работен лист 6: Покупки в приложението

На какво трябва да обръщате внимание, когато правите покупки в приложението? Отговаряйте на въпросите с „Вярно“ и „Грешно“, докато стигнете до края на дървото с въпроси. След това въведете буквата в съответното поле.

Покупка в приложението
може да струва
„истински“ пари.

Вярно

Грешно

Приложенията
теглят пари от
вашата сметка
автоматично.

В рамките на
приложения
можете да
плащате само с
игрални пари.

Вярно

Грешно

Вярно

Грешно

Можете да
играете на
дадена игра
само ако сте
направили
покупки в
приложението.

Трябва да се
съгласите
с покупка в
приложението.

Покупките в
приложението
често обещават
безплатни
игри.

Покупките в
приложението
съществуват
само за
мобилни
телефони.

Вярно

Грешно

Вярно

Грешно

Вярно

Грешно

Вярно

Грешно

О

Т

М

З

А

Ф

Н

Е

Име _____

Клас _____

Група:
Покупка в
приложението/
ваучери

Работен лист 7: Ваучер

Покупките в приложението също могат да бъдат платени с ваучер. Но знаете ли какво точно е ваучер?

Тези въпроси ще ви помогнат да го разберете. С правилните букви ще можете да намерите решението.

Ваучерът е безплатен.

Не, трябва да закупите ваучер

О

Да, ваучерът е безплатен подарък

Я

Зависи от ваучера

И

Къде мога да плащам с ваучери?

Във всеки магазин на касата

В

Във всеки онлайн магазин

М

Само там, където важи ваучерът

Т



Колко време са валидни ваучерите?

Ваучерите са валидни една година

К

Ваучерът е валиден толкова, колкото е упоменато на него.

О

Ваучерите са валидни, докато сте живи

Т



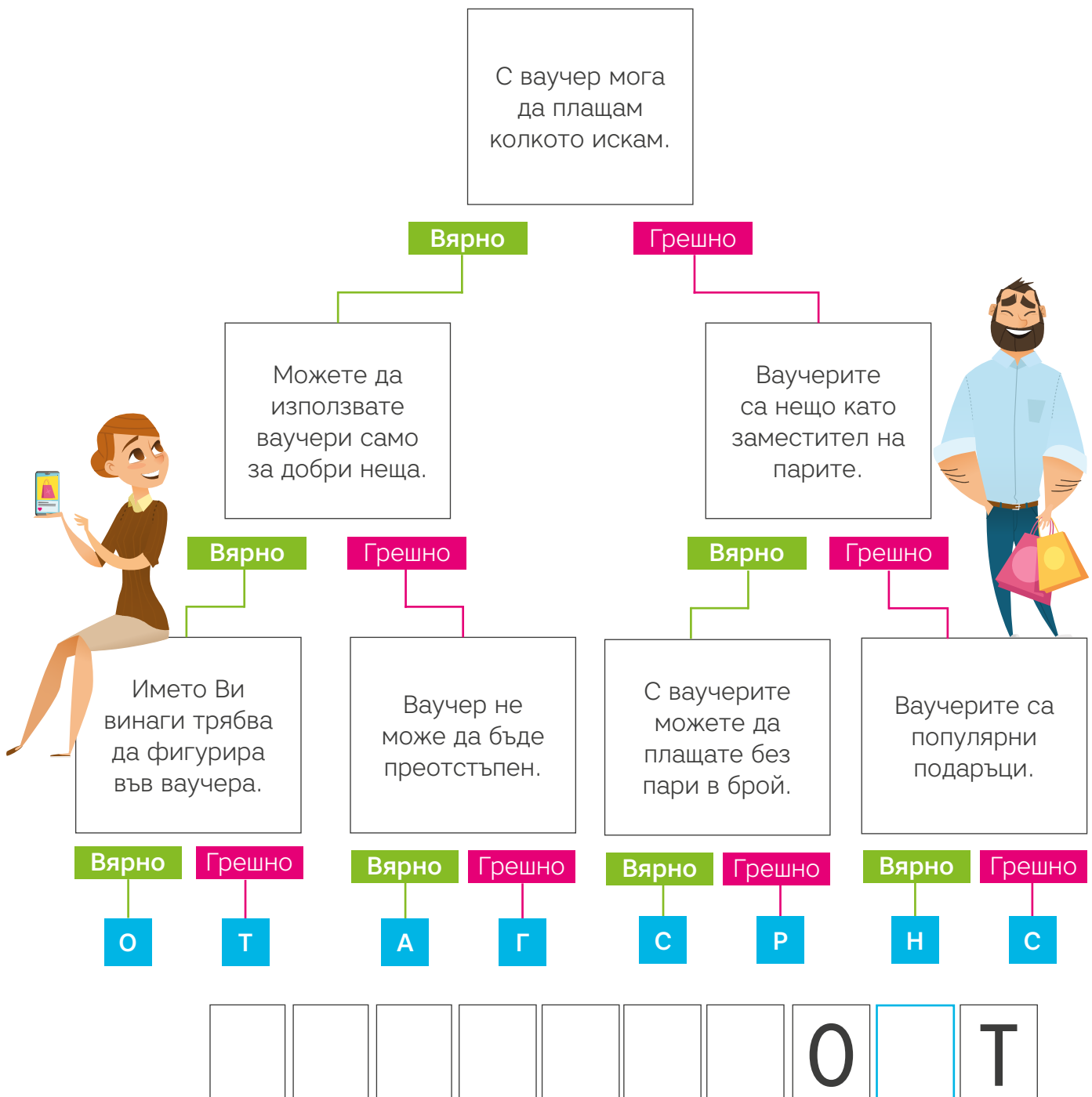
Име _____

Клас _____

Група:
Покупка в
приложението/
ваучери

Работен лист 8: Ваучер

Финален спринт! Сега искаме да разберем от вас какви са предимствата на ваучерите. Ако знаете, следвайте дървото с въпросите и въведете последната буква.



История: Рекламирање чрез инфлуенсъри

През последните няколко години брандовете разбраха, че маркетингът чрез инфлуенсъри е много ефективен начин за реклама пред Милениалите и поколението Z. През 2022 г. индустрията на реклама чрез инфлуенсъри е струвала около 15 милиарда долара. (College Marketing Group, 2020)

Рекламирање в социалните мрежи

Заедно с установените рекламни формати, инфлуенсър рекламата набира популярност. Разнообразие от готини, добре изглеждащи млади хора използват своите профили в социалните медийни платформи, за да хвалят всичко, което е интересно и добре прието от млада целева аудитория.

Засяга всички индустрии, от модата до козметиката, пътуванията, компютърните игри и начина на живот. Платформите за реклама са канали в YouTube, Instagram, Tiktok и Snapchat, които се използват много от целевата група.

Това, което изглежда като случайно, сякаш хората просто стоят във всекидневната си пред своите камери, давайки ви няколко добронамерени съвета за грим, е всъщност изтънчена маркетингова стратегия.

Тъй като всекидневната обикновено не е всекидневна, а студио, а камерата не е тази на мобилния телефон, а професионално оборудване и монтажен екип.

Има строги изисквания за етикетиране към рекламоделите както в много европейски страни, така и в Обединеното кралство. Целта е потребителите да могат да разпознават рекламите като такива. В Германия инфлуенсърите се обединяват срещу вълната от изисквания, твърдейки, че не са получили почти никакви пари за

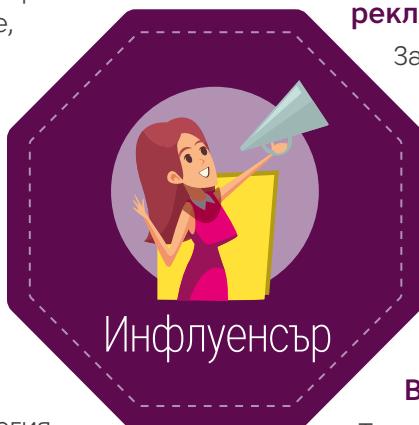
рекламите си. Видът на възнаграждението се договаря индивидуално. Такова може да бъде под формата на плащане, или дарения на продукти - в зависимост от обхвата, т.е брой фенове, които инфлуенсърът има. Към днешна дата етикетирането на рекламата се е разпространило и в каналите на социалните медии и се означава като „платено партньорство“, „спонсорирана публикация“, #ad или #advertisement.

Как може да бъде забелязана рекламата?

За децата е почти невъзможно да разграничат добронамерените съвети и рекламите. Автентичността на инфлуенсърите допринася за това, че мнение и реклама се смесват изключително добре, правейки последната много успешна.

Влияние на инфлуенсърите

Тяхното влияние е огромно и не бива да се подценява. Именно поради тази причина Норвегия въведе специален закон: обработени снимки в социалните платформи като Instagram трябва да бъдат маркирани като такива. Това цели да предпази младите от нереалистични стандарти за красота. От изключително значение е да образуваме подрастващите от рано и да се уверим, че са запознати с пособите на рекламната индустрия и умеят критично да ги поставят под въпрос.



История: Покупки в приложението

Safer Online Gambling Group анкетира 500 младежи на възраст между 11 и 18 години и техните семейства относно използването на приложения и игри. Родителите казаха, че децата им харчат средно около от 1000 до 1500 лева на година за онлайн игри чрез мобилни приложения. Ако резултатите се разглеждат за цялата страна, това възлиза на над 600 милиона годишно за разходи по време на игра от деца, които SOGG нарича „прикрит хазарт.“ (Charity Digital, UK)

По-високо, по-бързо, по-далеч

Покупките в приложението предлагат на потребителя шанс да закупи или отключи допълнителни функции. Повечето от тях се правят в света на игрите, на мобилни телефони и планшети.

За играчите една покупка може да предложи шанс за напредък от едно ниво към следващото, да добави аксесоари към техния аватар, да ги направи по-умели, да осигури нов спасителен пояс, за да увеличи шансовете им за победа. Всъщност, рецептата за успех е, че игрите и приложенията могат да бъдат сваляни безплатно и предложенията за покупка идват едва по време на игра, което е трудно устоимо на всяка възраст.

Като ориентир за родителите, дори производителите на мобилни операционни системи (iOS, Android) посочват, че трябва да бъде активиран родителски контрол, ако дадено устройство се използва от деца. По този начин, покупките в приложенията могат да бъдат ограничени. Все пак е добре да се знае, че родителите могат да отменят покупка, направена от малолетен.

Учете се от загубите си

Проучване на Bitkom Research (2019) разкри, че смартфоните вече изпреварват всички други конзоли за игри. Гамата от игри за деца и тийнейджъри расте, има силно увлечение, желанието за покупка е безгранично, а новините за отчаяни родители, чиито деца са похарчили огромни суми пари се увеличават все повече. Разбира се, това е отговорност преди всичко на родителите. Те не трябва да дават на децата си мобилни устройства с неограничен достъп до кредитни карти. Но дори предплатените карти не са гаранция за ограничаване на потенциалните разходи.



Ориентация

Тъй като покупките в приложението не са безполезни сами по себе си, може да бъде полезно да говорите с децата за тях и да ги ориентирате в разходите от този вид. Децата трябва да решат, с помощта на своите родители, дали покупката е подходяща. В процеса може да е полезно да обмислят какво иначе биха могли да купят с парите.

