



## Svet médií

Výučbové materiály na účely finančného  
vzdelávania detí od 9 do 13 rokov

## Údaje

1. vydanie, Hamburg 2024

Zodpovedný subjekt:

finlit foundation gGmbH

Steindamm 71, 20099 Hamburg, Nemecko

Telefón: +49 40 2850 2597

E-mail: [vzdelavanie@finlit.foundation](mailto:vzdelavanie@finlit.foundation)

Web: [www.finlit.foundation](http://www.finlit.foundation)

Koncept a implementácia: Helliwood media & education im fjs e. V., Berlín, Nemecko

Zdroj obrázkov: Názov: [shutterstock.com/](https://www.shutterstock.com/) AShvets, p.3: Matthias Oertel, <https://www.matthiasoertel.de/>; Grafika: [shutterstock.com](https://www.shutterstock.com/) – najmä Macrovector a drumcheg

Obsah učebných materiálov je určený iba pre potreby škôl a nesmie byť použitý pre komerčné účely.

Upozornenie: Všetky informácie v tomto dokumente boli starostlivo prekontrolované a spracované. Nenesieme žiadnu zodpovednosť za správnosť a úplnosť obsahu ani za prípadné zmeny, ku ktorým môže medzičasom dôjsť.

## Vážení čitatelia,

Sme radi, že ste sa rozhodli nahliadnuť do tohto učebného materiálu. Znamená to, že si uvedomujete dôležitosť výučby finančnej gramotnosti a otvárate tým priestor pre komunikáciu o peniazoch s deťmi a mladistvými.

Finančné rozhodnutia môžu mať veľký vplyv pre našu budúcnosť. Najmä neisté časy ukazujú, aké dôležité je byť finančne pripravený na nepredvídateľné udalosti. Finančná gramotnosť sa tak stáva dôležitou schopnosťou. Rovnako ako my je o tom presvedčená aj OECD. Finančnú gramotnosť definuje ako jednu zo šiestich základných zručností pre úspešný život v 21. storočí na celom svete. A práve túto schopnosť by si deti na celom svete mali osvojiť čo najskôr.

Z úst mnohých mladých ľudí prichádza kritika, že sa o peniazoch a financiách učia príliš málo alebo vôbec. Zmena v tomto smere si však vyžaduje čas a úsilie rodičov, učiteľov a partnerov z mimoškolského vzdelávania. S Vašou pomocou chceme dať každému dieťaťu šancu zvýšiť svoju finančnú gramotnosť a pripraviť ho na skutočné finančné rozhodnutia v živote. Toto vzdelávanie môže prebiehať v škole, rovnako ako pri mimoškolských aktivitách.

V tomto smere sa angažuje aj ManoMoneta. Vyvinuli sme koncept, ktorý umožňuje viesť deti k zodpovednému zaobchádzaniu s peniazmi už od útleho veku. Je určený predovšetkým pre deti vo veku od deväť do trinásť rokov. Naším materiálom Vás chceme inšpirovať a ukázať Vám konkrétne nápady na výučbu, ako pristupovať k témam peňazí a financií spôsobom, ktorý je blízky každodennému životu.



Ponuka iniciatívy ManoMoneta obsahuje nápady na vyučovanie rôznych tém. Pre každú tému sú k dispozícii plány hodín, metódy, základné informácie, pracovné listy a ďalšie informácie.

Obsahuje tiež 8 vedomostných kariet, ktoré poskytujú základné informácie. Okrem toho naše portfólio ponúka úlohy na upevnenie a prehĺbenie získaných vedomostí, ako aj odkazy na súvisiace témy, ako je domácnosť a práca.

Téma finančnej gramotnosti je nám mimoriadne blízka. Sme presvedčení, že finančné vzdelávanie je kľúčom k výchove sebavedomých a zodpovedných spotrebiteľov. Spoločne pracujeme na tom, aby bola budúca generácia dobre pripravená na zodpovedné zaobchádzanie s peniazmi v každodennom živote.

Váš ManoMoneta tím

# Mediálny svet detí

Deti vo veku od šesť do trinásť rokov využívajú mediálne služby pravidelne. Obzvlášť obľúbené sú textové a hlasové správy zasielané prostredníctvom mobilných aplikácií. Dievčatá a chlapci však používajú aj hry na počítači, herných konzolách, tabletoch alebo prostredníctvom smartfónu.

(IZI - International Data Youth and Media 2020)

## Farebný svet médií

Médiá zohrávajú v raste detí a ich formovaní čoraz aktívnejšiu úlohu. Formáty ako YouTube, Instagram, Snapchat, WhatsApp a TikTok sa rýchlo stali súčasťou ich každodenného života.

K tomu môžeme samozrejme prirátat' aj svet digitálnych hier, ktorý má na deti silný vplyv.

Keď sa však deti samotné stretnú s online svetom, môžu naraziť na obrovské množstvo prekážok. Veľké množstvo online hier ich dokonca láka finančnými ponukami, tzv. nákupmi v aplikáciách, ktoré sľubujú rýchlejší postup v hre, oblečenie alebo špeciálne pohyby a tance pre herné postavičky. Tieto predmety nemusia byť pre postup v hre nevyhnutné, ale pokušenie môže byť obrovské, pretože môžu znamenať prestíž medzi rovesníkmi. Ak je spôsob platenia spojený so zariadením, môže to viesť k nepríjemnému prekvapeniu v podobe neočakávaných výdavkov.

Podobne veľký vplyv na deti majú aj influenceri - popové hviezdy digitálneho sveta. Informujú svoje publikum o najnovších trendoch. Na všetkých populárnych sociálnych sieťach uverejňujú príspevky o móde, kráse, fitness, cestovaní alebo počítačových hrách a tešia sa skutočnému kultovému statusu.

Deti pritom len ťažko dokážu rozlíšiť, či sa ich odporúčanie podáva úprimne alebo len za účelom zisku.

Popri mnohých možnostiach, ktoré online svet ponúka, stavia deti pred rozhodnutia, ktorých dôsledky si ešte nevedia uvedomiť. Preto je veľmi dôležité, aby sme deti upozornili na zodpovedné používanie „skutočných“ peňazí v online prostredí a aby si uvedomili bežné nástrahy internetu.

## Učebné materiály

Prezentovaný učebný materiál umožňuje žiakom hravou formou ponoriť sa do rôznych oblastí sveta médií. Dôraz sa kladie na ich zaobchádzanie so sociálnymi médiami a influencerami, hrami a nákupmi v aplikáciách, ako aj na používanie promo kódov a poukážok (voucherov). Žiaci sa naučia, ako riešiť zložité situácie a ako sa sebavedomo rozhodovať.

# Zručnosti

Pomocou mediálneho sveta, s ktorým sú už žiaci oboznámení, si osvojujú nielen praktické zručnosti pre každodenné používanie, ale aj sociálne, osobné a rozhodovacie zručnosti, pretože musia spoločne riešiť úlohy.

## Odborné a metodické zručnosti



Žiaci

- > zamyslieť sa nad svojím zaobchádzaním s peniazmi v súvislosti s reklamou a médiami.
- > porovnať rôzne vnímanie v rámci svojej študijnej skupiny.
- > identifikovať potenciálne riziká a spochybňovať rozhodnutia o spotrebe.

## Aktivita a rozhodovacie schopnosti



Žiaci

- > riešiť zložité hádanky na danú tému.
- > naučiť sa samostatne rozhodovať.

## Sociálno-komunikačné zručnosti



Žiaci

- > pracovať v tíme a spoločne riešiť úlohy.
- > prezentovať svoje výsledky pred triedou a zdôvodniť ich.
- > správať sa k sebe navzájom s úctou a rešpektovať názory ostatných.

## Osobné zručnosti



Žiaci

- > prispieť svojimi vedomosťami k práci v triede a v skupine.
- > prevziať zodpovednosť za seba pri skupinovej práci.
- > vyjadriť svoje názory v triede.



# Učebný plán

## Fáza 1: Senzibilita - citlivosť

**Príprava:** Na hodinu prineste fotografie obľúbených hviezd z YouTube, FB, Instagramu alebo TikToku, prípadne športovcov, hercov, spevákov.

**Osobitnú pozornosť by ste mali venovať tomu, či títo ľudia robia reklamu. Nepoužívajte tu pojem „influenceri“, pretože tomu by ste sa mali venovať neskôr na hodine.**

Pomocou metódy: učebná šnúra žiaci identifikujú online hviezdy, vysvetlia, ako ich spoznali, a naučia sa, že influenceri sú dnešnými reklamnými médiami.

### 1.1 Začíname s učebnou šnúrou

Prineste si obrázky reklamy propagujúcich hviezd a zavesíte ich na stenu.

Hodinu začnite zavesením fotografií známych osobností na šnúru (učebná šnúra). Nechajte deti, aby identifikovali osoby, ktoré poznajú. Následne na jeden koniec šnúry nech umiestnia influencerov, ktorí do svojho obsahu zahŕňajú cieľenú reklamu, a na druhý koniec tých, ktorí tak nerobia. Nechajte žiakov vysvetliť, prečo si vybrali jedného z týchto ľudí, čo robia, čo propagujú a čo sa im na nich páči. Vyzvite žiakov, aby vám nadiktovali svojich obľúbených influencerov. Mená influencerov zapíšte na prázdne listy a opäť nechajte žiakov, aby porozprávali o influencerovi a aby ho zavesili na správnu stranu šnúry.

**Sociálna forma:** Diskusia | **Materiál:** Metodický list

## Fáza 2: Vývoj

Žiaci sa pomocou vedomostných kariet a dvom typom hádaniek v pracovných listoch venujú témam reklamy, influencerov, App Storu, paušálu, promo kódu, virtuálnym peniazom ako aj nákupom v aplikáciách a online nákupom.

### 2.1 Pracovné listy



Znalostné karty vo formáte PDF na stiahnutie.

Rozdeľte žiakov na malé pracovné skupiny, ktoré sú približne rovnako výkonné. Pridel'te skupinám dve vedomostné kartičky a k nim prislúchajúce pracovné listy. Vysvetlite im metódu: Úniková miestnosť. V rámci pracovných skupín si žiaci môžu rozdeliť úlohy (napr. čitateľ, zapisovač, prezentujúci, atď.). Každá skupina dostane zodpovedajúce vedomostné karty. Nechajte študentov, aby si ich prečítali a našli ďalšie informácie, ktoré im pomôžu vyriešiť hádanky v pracovných listoch.

**Alternatíva:** Ak ste si vedomostné karty nevytlačili, žiaci si ich môžu pozrieť na počítači/notebooku a na tabuli a prečítať ich nahlas.

**Sociálna forma:** Diskusia | **Materiál:** Vedomostné karty

### 2.2 Riešenie úloh

Teraz rozdajte pracovné listy k prideleným vedomostným kartičkám. Na základe novozískaných vedomostí ich žiaci spracujú. Vo fázach 2.1 a 2.2 dajte žiakom dostatok času na prácu s pracovnými listmi.

Môžete napríklad spustiť časovač alebo na tabuli zapisovať zostávajúci čas. Čas na vypracovanie by mal byť nastavený na 20 minút.

**Sociálna forma:** Materiál: Skupinová práca |  
**Materiál:** Pracovné listy 1-8, vedomostné kartičky

### Fáza 3: Prezentácia výsledkov

Žiaci prezentujú svoje riešenia pred triedou. Výsledné písmenká zapisujeme na tabuľu. Prezentáciu môžeme oživiť formou „reportáže z lavíc“. Pripravíme si mikrofón, s ktorým budeme oslovovať žiakov z iných skupiniek a pýtať sa ich na výrazy z vedomostných kartičiek, ktoré mala k dispozícii iná skupina. Reportáž môžeme obohatiť doplňujúcimi otázkami pre ďalších žiakov.

#### 3.1 Reportáž

Nechajte žiakov z každej skupiny prezentovať svoje riešenie dvomi vetami. Ostatných žiakov vyzvite, aby vlastnými slovami opísali výraz z vedomostnej kartičky. Opýtajte sa detí, či sa dozvedeli niečo nové, prípadne čo ich zaujalo.

Ukončite lekciu komentárom o tom, že by sme si mali uvedomovať reklamu a mať otvorené oči, ako aj vlastný rozpočet, keď ide o ponuky v aplikáciách.

Na záver spoločne diskutujeme o výsledku tajničky. Žiakov sa pýtame, čo si pod pojmom svet médií predstavujú a čo všetko zahŕňa. Následne sa spýtame, čo všetko je osobný údaj a prečo by sme mali byť obozretní, pri poskytovaní údajov na internete.

**Sociálna forma:** Diskusia

### Konsolidácia: Portfólio

Na upevnenie nových vedomostí použite otázky z rozhodovacieho stromu, ktoré neboli použité. Prípadne môžete vymyslieť vlastné otázky. Pre menej výkonné skupiny môžete portfólio použiť aj ako vstupný bod do vyučovacích hodín alebo ako ich pokračovanie.

#### 3.2 Rekapitulácia a zhrnutie – tajnička

Rekapitulácia pojmov, na základe ktorých deti tvoria definície. Žiaci na kartičkách vidia vyplnenú tajničku a majú vytvoriť definície/otázky k jednotlivým pojmom, aby podľa nich učiteľ/asistent vylúštil tajničku v identickej prázdnej krížovke napísanej na tabuli.

Spoločne vymyslené otázky zapisuje jeden žiak na papier. Potom dáme na tabuľu prázdnu krížovku a pozveme toho, kto háda do triedy. 8 vybraných žiakov postupne číta hádačovi otázky pre vyplnenie tabuľky a zapisuje jeho odpovede.

**Spôsob práce:** celá trieda | **Metóda/pomôcky:** tajnička, tabuľa

## Pre učiteľa

čas	obsah	Sociálna forma	Metóda/Materiál
20 minút	<b>1.1 Začíname s učebnou šnúrou</b> Úvod do témy prostredníctvom vzdelávacej šnúry s hviezdami online scény	Diskusia	Metóda: učebná šnúra obrázky, štipce
10 minút	<b>2.1 Vysvetlenie pracovných listov</b> Vysvetlenie práce v skupine a rozdelenie materiálov	Diskusia	Pracovné listy 1-8 Vedomostné karty
20 minút	<b>2.2 Riešenie úloh</b> Rozvíjanie pohľadu pomocou vedomostrých kariet a riešenie hádaniek v pracovných listoch	Skupinová práca	Metóda: Úniková miestnosť
25 minút	<b>3.1 Reportáž</b> Riešenie hádaniek v pracovných listoch a pripomínanie si zážitkov	Diskusia	Pracovný list s riešením
15 minút	<b>3.2. Rekapitulácia a zhrnutie</b> Definície pojmov pre krížovku	Celá trieda	Krížovka, tabuľa



# Metóda: učebná šnúra

## Metóda

Učebná šnúra je bežná vyučovacia metóda, ktorá sa používa na prezentáciu výsledkov, zaznamenávanie otázok alebo mapovanie procesov. Okrem toho je zaradenie obrázkov do výučby vhodnou vizuálnou pomôckou a slúži ako vstupný bod do novej témy.

## Didaktický cieľ

Učebná šnúra je dobrým spôsobom, ako začať rozhovor so žiakmi o danej činnosti. Ak žiaci vidia obrázky, prípadne navrhnu vlastných influencerov, majú tiež vysokú emocionálnu väzbu a budú viac motivovaní komunikovať svoje potreby.

## Postup

- > V triede natiahnite šnúru, ktorá vedie cez celú miestnosť alebo pozdĺž tabule. Zavesť príslušné obrázky pomocou štipcov alebo požiadajte žiakov, aby Vám pomohli.
- > Ak si žiaci navrhnu vlastné osobnosti, môžu sa stručne podeliť o to, kto sú títo ľudia a prečo si vybrali práve tohto influencera. Potom môžu svoju hviezdu zavesiť na šnúru. Ak ste poskytli obrázky vy, požiadajte žiakov, aby povedali 2 až 3 vety o obrázku, ktorý si vybrali.
- > Obrázky nechajte visieť v triede na ďalšie premýšľanie v priebehu hodiny.

## Info o metóde



15-20 Min.



10-35 účastníkov



diskusia

## Učebná fáza



Senzibilita

Rozvoj

Vyhodnotenie

## Materiál a médiá

Šnúra

Štipce

Obrázky

# Metóda: Úniková miestnosť

## Info o metóde



40-55 min.



10-35 účastníkov



Spoločne

## Učebná fáza



Senzibilita

Rozvoj

Vyhodnotenie

## Materiál a médiá

Voliteľné: časovač

Pracovné listy 1-8

Vedomostné kartičky

## Metóda

Metóda výučby Escape Room vychádza z konceptu únikových hier, v ktorých sú ľudia zamknutí v miestnosti, z ktorej sa musia v stanovenom čase vyslobodiť pomocou dostupných indícií a pomôcok. V kontexte učenia sa žiaci tematicky riešia sériu hádaniek v pracovných listoch s cieľom nájsť riešenie v danom čase.

## Didaktický cieľ

Hodina je navrhnutá s dôrazom na zábavu. To motivuje k veľkému pocitu úspechu. Kooperatívny charakter únikových miestností si vyžaduje vysokú úroveň sociálnych kompetencií a podporuje tímového ducha a vzájomnú úctivú komunikáciu.

## Postup

- > Pripravte si únikovú miestnosť (vedomostné karty, pracovné listy, obrázky). Podrobne žiakom vysvetlite, ako bude prebiehať táto pracovná fáza.
- > Potom spustíte únikovú miestnosť. Dajte žiakom čas, aby sa pokúsili vyriešiť hádanky. Snažte sa fázu čo najviac predĺžiť. Žiaci by sa mali zorganizovať a riešiť hádanky v pracovných listoch ako tímy.
- > Ak ste žiakov rozdelili do skupín, ktoré riešili rôzne úlohy a pracovali na rôznych témach, zaradte záverečnú fázu, v ktorej sa môžu výsledky prezentovať. Nechajte ich tiež vysvetliť, ako pristupovali k svojmu riešeniu.
- > Pomocou reportáže oslovíme ostatné skupinky, aby vlastnými slovami opísali výraz z vedomostných kartičiek, ktoré mala skupinka pred nimi. Klásť môžeme dopĺňujúce otázky, ktoré nútia žiakov hlbšie sa zamyslieť nad témou.

Meno: \_\_\_\_\_

Trieda: \_\_\_\_\_

Skupina:  
Reklama

## Pracovný list 1: Reklama

Mia a Paul, naši dvaja finanční výskumníci, stoja pred zákernou úlohou. Hádanky na pracovných listoch vás prevedú labyrintom písmen k tajnému riešeniu.

Najskôr si prečítajte vedomostné karty.

Zobierajte správne písmená a postupne ich doplňte do príslušných políčok.

### Čo nie je reklama/inzercia?

Návod na používanie

S

Platený inzerát zvyšuje predaj v obchode

T

Reklama predáva produkty

K

### Čo je cieľom reklamy?

Cieľom reklamy je vzbudiť nezájem

E

Reklama robí mestá pestrejšími

O

Reklama navádza (povzbudzuje) k nákupu

V



### Prečo spoločnosti inzerujú (robia si reklamu)?

Snažia sa minúť všetky peniaze, ktoré zarobili

R

Chcú vyniknúť medzi ostatnými výrobkami a službami

E

Aby zanikli

S

--	--	--	--

				í
--	--	--	--	---

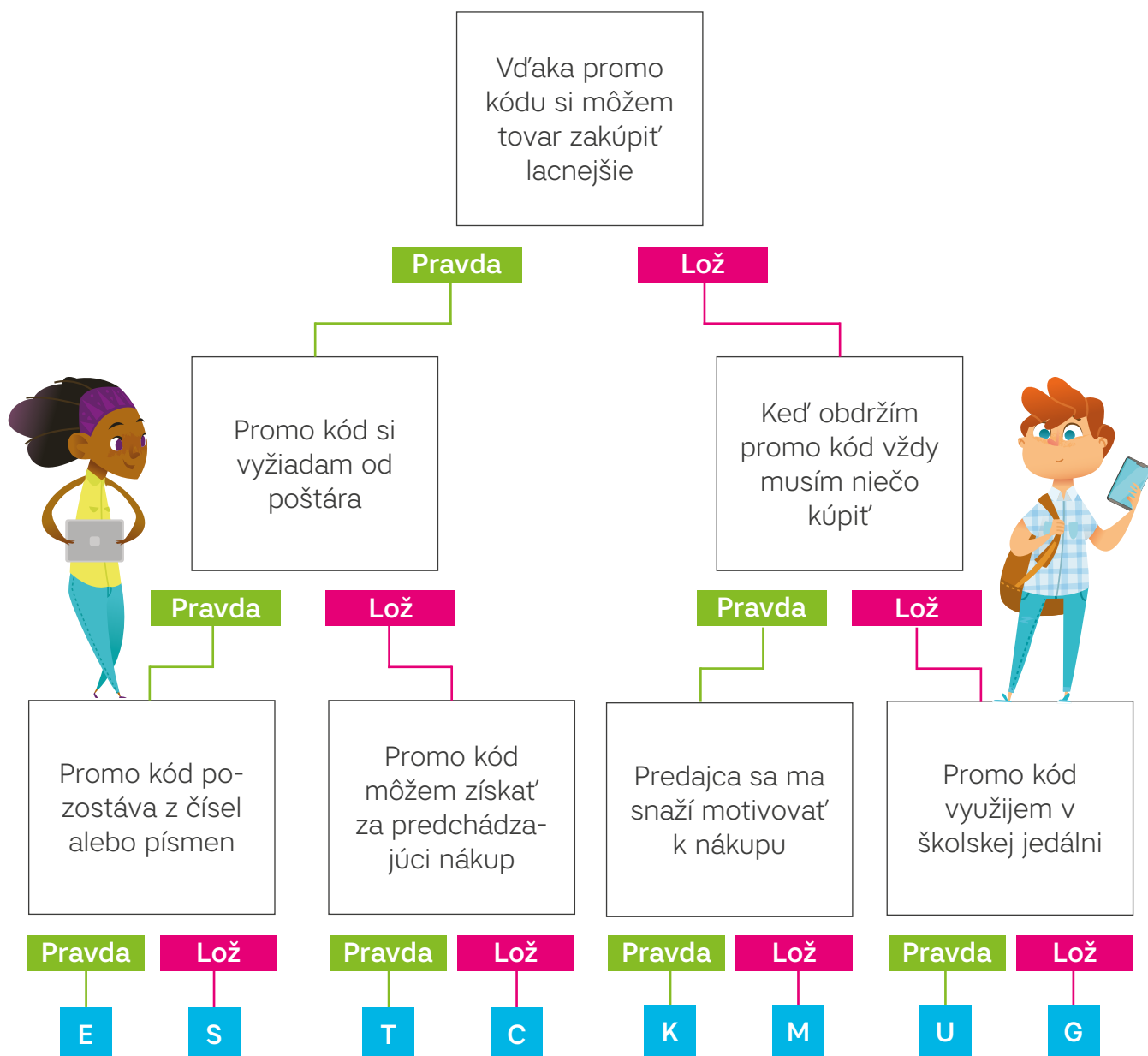
Meno: \_\_\_\_\_

Trieda: \_\_\_\_\_



## Pracovní list 2: Promo kód

Ako promo kód vlastne funguje? Najskôr si prečítajte vedomostné karty. Odpovedajte na otázky „pravda“ alebo „lož“, kým sa dostanete až na koniec stromu s otázkami. Potom zadajte písmenko do príslušného poľa.



								í
--	--	--	--	--	--	--	--	---

Meno: \_\_\_\_\_

Trieda: \_\_\_\_\_

Skupina:  
Virtuálne peniaze

## Pracovný list 3: Virtuálne peniaze

Mia a Paul, naši dvaja finanční výskumníci, stoja pred zákernou úlohou. Hádanky na pracovných listoch vás prevedú labyrintom písmen k tajnému riešeniu.

Najskôr si prečítajte vedomostné karty.

Vieš čo sú virtuálne peniaze? Zodpovedaj otázku a vpíš správne písmená do políčok nižšie.

### Virtuálne peniaze

Môžem použiť na online nákup čohokoľvek **M**

Dostávam v obálke **R**

Hádzem do prasiatka **A**

### Fyzické peniaze

Mám na účte v banke **A**

Sú bankovky a mince **É**

Rastú na stromoch **H**



### Virtuálne peniaze viem získať

Nájdem na zemi **E**

Odkladám do prasiatka **I**

Dostanem ako výplatu **D**

									í
--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

Meno: \_\_\_\_\_

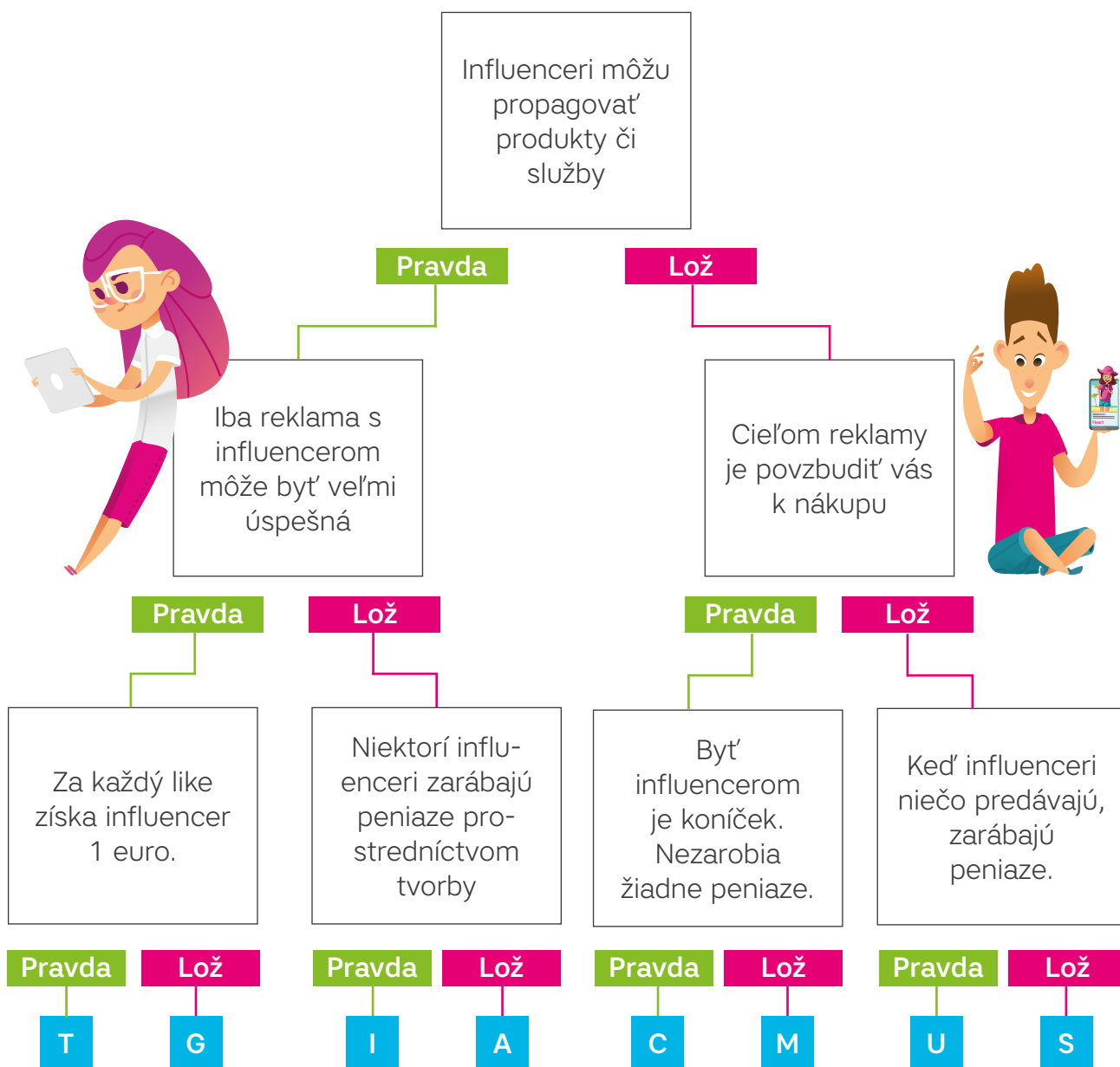
Trieda: \_\_\_\_\_



# Pracovný list 4: Influencer

Najskôr si prečítajte vedomostné karty. Teraz už vieš, kto je to influencer. Vieš však ako zarábajú peniaze?

Ak vylúštiš túto hádanku, dozvieš sa správnu odpoveď.






Meno: \_\_\_\_\_

Trieda: \_\_\_\_\_

Skupina:  
Online  
nakupovanie

## Pracovný list 5: Online nakupovanie

Mia a Paul, naši dvaja finanční výskumníci, stoja pred zákernou úlohou. Hádanky na pracovných listoch vás prevedú labyrintom písmen k tajnému riešeniu.

Najskôr si prečítajte vedomostné karty.

Zobierajte správne písmená a zadajte ich do polí.

### Čo môžeš nájsť v App Store alebo Obchode Play?

Len hry pre mobilné telefóny

K

Aplikácie, hry, hudbu a knihy pre rôzne zariadenia

O

Iba program pre počítače

B



### Aký je hlavný rozdiel medzi App Store a Obchodom Play?

App Store je pre počítače, zatiaľ čo Obchod Play je pre telefóny

O

App Store je pre zariadenia iOS a mac OS, Obchod Play je pre zariadenia s Androidom

S

V app Store sú aplikácie zadarmo, zatiaľ čo v Obchode Play sa za všetky platí

A

### Ako môžeš bezpečne sťahovať aplikácie z App Store alebo Obchodu Play?

Sťahovať aplikácie len s použitím Wi-fi siete doma alebo v škole

C

Používať len overené účty a sledovať hodnotenia a recenzie aplikácií

B

Sťahovať len aplikácie, ktoré sú zdieľané priamo cez sociálne siete

N

		0						A	
--	--	---	--	--	--	--	--	---	--

Meno: \_\_\_\_\_

Trieda: \_\_\_\_\_

Skupina:  
Nákup v  
aplikáciách

## Pracovný list 6: Nákup v aplikáciách

Na čo by ste si mali dávať pozor pri nákupoch v aplikáciách? Najskôr si prečítajte vedomostné karty.

Odpovedajte na otázky s označením „pravda“ a „lož“, kým sa nedostanete na koniec stromu otázok. Potom zadajte písmeno do príslušného poľa.

Nákup vylepšenia v aplikácii môže stáť „skutočné“ peniaze.

Pravda

Lož



Aplikácie si môžu sťahovať peniaze z vášho účtu bez súhlasu.

V aplikácii v môžete platiť iba hracími peniazmi.



Pravda

Lož

Pravda

Lož

Hrať môžete len na telefóne s povolenými nákupmi v aplikácii.

V bezplatných hrách sa často objavujú nákupy v aplikáciách.

Musíte súhlasiť s nákupom v aplikácii.

Nákupy v aplikáciách existujú len v mobilných telefónoch.

Pravda

Lož

Pravda

Lož

Pravda

Lož

Pravda

Lož

T

G

N

I

E

R

V

S

O

A

Meno: \_\_\_\_\_

Trieda: \_\_\_\_\_

Skupina:  
Paušál

## Pracovný list 7: Paušál

Mia a Paul, naši dvaja finanční výskumníci, stoja pred zákernou úlohou. Hádanky na pracovných listoch vás prevedú labyrintom písmen k tajnému riešeniu.

Najskôr si prečítajte vedomostné karty.

Nákupy v aplikáciách môžu byť tiež platené prostredníctvom paušálu. Vieš však presne, čo je to vlastne paušál?

### Čo je hlavnou súčasťou paušálu?

Mobilné hry

S

SMS, volania, dáta

Ý

Aplikácie

I



### Paušál platíme

Keď máme peniaze

B

Podľa toho ako je uvedené v zmluve s mobilným operátorom

Ú

Neplatíme

L

### Mobilný operátor určuje

Sumu paušálu

D

Čísla, na ktoré môžeme volať

V

Čas, kedy môžeme telefón používať

U



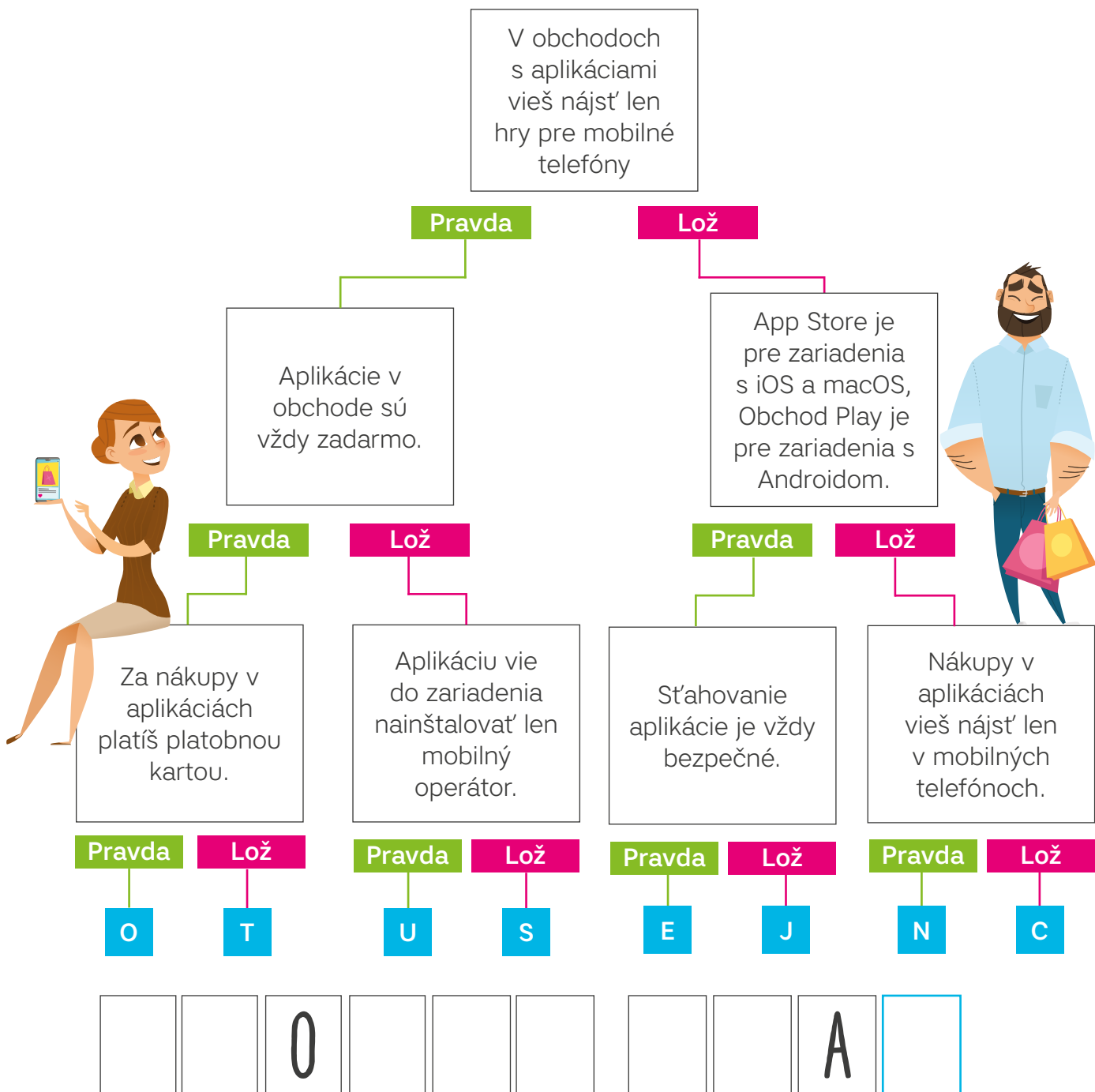
Meno: \_\_\_\_\_

Trieda: \_\_\_\_\_

Skupina:  
Obchod s  
aplikáciami

# Pracovní list 8: Obchod s aplikáciami

Teraz chceme od teba vedieť, aké sú výhody obchodov s aplikáciami. Ak vieš, postupuj podľa otázok a uhádni posledné písmeno. Odpovedajte na otázky s označením „pravda“ a „lož“, kým sa nedostanete na koniec stromu otázok. Potom zadajte písmeno do príslušného poľa.



# Metóda: Tajnička

## Metóda

Metóda tajničky, slúži najmä na rekapitulácia a zopakovanie si pojmov, ktoré odznali počas hodiny.

## Postup

- > Pripravte si prázdnu tajničku na papier, ktorý zavesíte na tabuľu alebo tajničku prekreslite. Učiteľa pošlete za dvere.
- > Žiakov rozdelíte opäť do skupín, rozdáte im vyplnenú tajničku. Každé skupinke určíte, na ktoré slová majú vymyslieť definície, ktoré bude učiteľ hádať. Definície si môžu zapísať na papier.
- > Učiteľa zavoláte dnu a detí mu čítajú definície, ktoré vymysleli. Po uhádnutí výrazu, deťom opíšete slovo vlastnými slovami.

## Info o metóde



15-20 min.



10-35 účastníkov



Spoločne

## Učebná fáza



Senzibilita  
Rozvoj

Vyhodnotenie

## Materiál a médiá

Tajnička

# Tajnička

1	A	P	L	I	K	Á	C	I	A							
		2	I	N	F	L	U	E	N	C	E	R				
3	Ů	Č	E	T												
		4	R	E	K	L	A	M	A							
	5	V	Ī	R	U	S										
	6	P	E	N	I	A	Z	E								
7	A	D	R	E	S	A										
8	Y	O	U	T	U	B	E									



1																
		2														
3																
		4														
	5															
	6															
7																
8																



# Pozadie: Influencerská reklama

Za posledných pár rokov si značky uvedomili, že influencerský marketing je vysoko efektívny spôsob, ako inzerovať Mileniálom a Generácii Z. Do roku 2023 bude mať tento priemysel hodnotu 21,1 miliárd dolárov (statista.com).

## Reklama na sociálnych sieťach

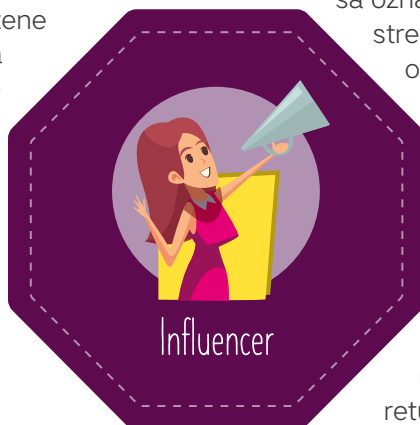
Popri etablovaných reklamných formátoch sa do popredia dostáva aj influencerský marketing a reklama. Rôzni cool, dobre vyzerajúci mladí ľudia používajú svoje profily na platformách sociálnych sietí, aby chválili všetko, čo je zaujímavé a dobre prijímané mladou cieľovou skupinou.

To sa týka všetkých odvetví, od módy cez drogériu a kozmetiku až po cestovanie, počítačové hry a životný štýl. Reklamné platformy sú kanály na Youtube, Instagram, Tiktok a Snapchat, ktoré často využíva cieľová skupina.

To, čo pôsobí nenútene a prirodzene ako napr. keď influencerka, ktorá len tak náhodou sedí v obývačke pred kamerou a dáva make up tipy, je vysoko sofistikovaná marketingová stratégia. Pretože obývací izba zvyčajne nie je obývací izba, ale štúdio a fotoaparát nie je súkromný telefón, ale profesionálne kamerové vybavenie a celé to spracováva filmový štáb. Takáto reklama je vysoko úspešná u cieľovej skupiny.

## Ako spoznať reklamu?

Pre deti je takmer nemožné rozlíšiť medzi dobre mienenou radou a reklamou. Autenticita vplyvných osôb prispieva k tomu, že sebarepresentácia, názor a reklama sa spájajú dokopy, čím sa reklama stáva veľmi úspešná u cieľovej skupiny.



V mnohých európskych krajinách (Belgicko, Francúzsko, Taliansko, Španielsko, Holandsko, Nemecko), ale aj v Spojenom kráľovstve platia prísne povinnosti označovania, napr. pre inzerujúcich. Cieľom je, aby spotrebiteľia, vrátane tých mladších, dokázali rozpoznať, že ide o reklamu. V Nemecku sa influenceri pred vlnou kritiky bránili tým, že za svoje reklamy čiastočne nedostali žiadne peniaze. Pravdou je, že o type odmeny a jej výške sa rokuje individuálne. Môžu to byť buď platby, alebo dary v podobe propagovaných produktov, v závislosti od dosahu, t. j. počtu fanúšikov, ktorých influencer má. V súčasnosti

sa označenie reklamy rozšírilo aj prostredníctvom sociálnych sietí a sú označené ako „platené partnerstvo“, „sponzorovaný príspevok“, #ad alebo #reklama.

## Vplyv influencerov

Vplyv internetových hviezd je obrovský a nemal by sa podceňovať. Nórsko dokonca zaviedlo nový zákon o reklame špeciálne z tohto dôvodu: retušované obrázky na sociálnych sieťach ako je Instagram, musia byť označené korporáciami alebo influencermi. Cieľom tohto opatrenia je chrániť deti a mladých ľudí pred nerealistickými ideálmi krásy.

Je dôležité vzdelávať deti o tejto téme už v ranom veku a zabezpečiť, aby sa oboznámili s reklamnými vzorcami s cieľom kritického myslenia a pýtania sa.

## Pozadie: Nákup v aplikácii

Skupina pre bezpečnejšie online hranie (The safer Online Gambling group) uskutočnila prieskum medzi 500 mladými ľuďmi vo veku od 11 do 18 rokov a ich rodinami o používaní aplikácií a hier. Rodičia uviedli, že ich deti minú v priemere približne 500 až 600 libier ročne na online hry prostredníctvom mobilných aplikácií. Ak sa výsledky aplikujú na celú krajinu, predstavuje to 270 miliónov libier ročne na výdavky detí v hrách, ktoré skupina SOGG nazýva „skryté hranie“. (Charity Digital, UK)

### Vyššie, rýchlejšie, ďalej

Ako už názov napovedá, nákupy v aplikáciách ponúkajú používateľovi možnosť kúpiť si alebo odomknúť ďalšie funkcie v aplikácii. Väčšina nákupov v aplikáciách sa uskutočňuje vo svete hier, na mobilných telefónoch a tabletoch.

Hráčom môže nákup ponúknuť možnosť postúpiť z jednej úrovne na druhú, pridať svojmu avatarovi prísľušnosť, posilniť ho alebo zvýšiť jeho zručnosť, či dokonca pridať novú „životnú“ silu, ktorá zvýši ich šance na výhru.

Recept na úspech závisí od toho, že tieto hry a aplikácie je možné stiahnuť zadarmo, a až v priebehu hrania sa objavia ponuky, ktorým je ťažké odolať v každom veku. Jedna z najúspešnejších hier s nákupmi v aplikáciách bol Clash of Clans. Ale aj hra Fortnite, ktorá je medzi mladými veľmi populárna, zarobila prostredníctvom nákupov v aplikáciách sedem miliónov eur. Kupujú sa v nej oblečenia, klzák, krompáče a tanečné pohyby, a to všetko bez akýchkoľvek herných výhod.

### Poučte sa zo svojich prehíer

Prieskum spoločnosti Bitkom Research (2019) odhalil, že smartfóny v súčasnosti prekonávajú všetky ostatné herné konzoly.

Ponuka hier pre deti a dospelých raste, túžba po kúpe je bezhraničná a správy o zúfalých rodičoch, ktorých deti minuli obrovské sumy peňazí, pribúdajú. Prirodzene, ide predovšetkým o rodičovskú zodpovednosť. Tí by nemali dávať svojim deťom mobilné zariadenia s neobmedzeným kreditom a prístup k platobným kartám. Ale ani predplatené karty nie sú zárukou na obmedzenie potenciálnych výdavkov.



Taktiež treba dať do pozornosti, že okrem iného, aj výrobcovia mobilných zariadení odporúčajú v prípade vlastníctva telefónu deťatám aktivovať na telefóne rodičovskú kontrolu zariadenia. Prostredníctvom tohto opatrenia je možné nákupy prostredníctvom telefónu úplne alebo čiastočne vylúčiť.

### Poskytnutie rady

Keďže nákupy v aplikáciách samy o sebe nie sú zbytočné, môže byť užitočné o nich s deťmi hovoriť a upozorniť ich na riziká tohto druhu platieb. Deti by sa mali rozhodovať s pomocou svojich rodičov, či je nákup vhodný. V procese rozhodovania môže byť nápomocné porozmýšľať o tom, či si za peniaze môžeme kúpiť niečo iné, prospešnejšie.

## Osobné poznámky

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

