

Vzdělávací obor: **Český jazyk a literatura**

Očekávaný výsledek učení: JJK-CJL-001-ZV5-006

Rozpozná manipulaci v komunikaci a dokáže reagovat přiměřeně svému věku.

Popis úrovně Splněno

- Kriticky posoudí informace nebo myšlenky obsažené v textu nebo jiném sdělení.
- Ptá se na důvěryhodnost zdroje, odkud konkrétní informace pochází.

Reklama

Autorka materiálu: Mgr. Jovanka Rybová

Anotace

Aktivita vede žáky k tomu, aby vytvořili reklamu podle určitých kritérií. Za úkol mají zjistit, kolik jejich vybraný spotřebič asi může stát, aby cena byla reálná a neklamala spotřebitele. Cílem je vytvořit krátký reklamní spot, který zaujme jejich spolužáky. Při společné práci vyhodnocují informace z různých stránek, porovnávají je. Při práci na počítači porovnávají informace z více zdrojů a učí se zdroje citovat. Vhodně zvolené vzdělávací strategie popsané v ilustraci směřují k rozvoji klíčových kompetencí digitální, osobnostní a sociální, k řešení problémů a k rozvoji čtenářské a pisatelské gramotnosti.

Zadání pro žáky

1. Vytvořte skupiny po 4. Vyberte si domácí spotřebič, na který budete vytvářet reklamu. Rozdělte si role (mluvčí, pisatel, hlídač tématu, rekvizitář).
2. Z internetu (doporučeného zdroje) stáhněte a vytiskněte obrázky, zjistěte cenu spotřebiče, připravte si scénář, nacvičte upoutávku na váš spotřebič.
3. Upoutávku natočte na tablet nebo telefon, video stáhněte, uložte, můžete i upravit a prezentujte před spolužáky. Nezapomeňte uvést zdroje, ze kterých jste čerpali.
4. Společně vyhodnoťte, která reklama vás zaujala a proč. Která tvrzení z reklam byste považovali za pravdivá, a která ne. Zdůvodněte.

Vazba na klíčové kompetence

Název KK Složka KK Kód OVU	Znění OVU	Vzdělávací strategie
KK digitální Digitální informace a data KDI-DAT-000-ZV5-001	Vyhledává potřebné informace v doporučených digitálních zdrojích.	- zařazují do výuky úkoly spojené se získáváním informací na internetu
Tvorba digitálního obsahu KDI-TDO-000-ZV5-001	Vytváří jednoduchý digitální obsah v rámci plnění stanovených výukových cílů.	- do výuky zařazují aktivity, ve kterých žáci vyjadřují své představy za pomoci digitálních technologií - prací ve skupině vedu žáky ke spolupráci na tvorbě digitálního obsahu
KK osobnostní a sociální Resilience: odolávání	Reflektuje obtížné situace, do kterých se dostává.	- učím žáky na příkladech, skrze zážitky rozpoznávat vliv reklamy na jednání lidí - vytvářím návodné situace, kdy žáci prakticky prožívají problémové situace

obtížným situacím KOS-ODO-000-ZV5-001		
KK k řešení problému Práce s informacemi a kritické myšlení KRP-VED-000-ZV5-001	<i>Uvědomuje si důležitost ověřování informací.</i>	- vybízím žáky k rozlišení věrohodných a nevěrohodných tvrzení - dávám žákům příležitost k vyjádření pocitů, které v nich nově získaná informace vyvolává

Vazba na základní gramotnosti

Název ZG Složka ZG Kód OVU	Znění OVU	Vzdělávací strategie
ZG Čtenářská a pisatelská Budování porozumění v četbě a procesu psaní ZGC-BPO-000-ZV5-001	<i>Čte a píše texty odborné i prožitkové pro porozumění oboru lidského poznání nebo sobě.</i>	- při hledání informací o spotřebičích vedu žáky k porovnávání informací z různých zdrojů - dbám na to, aby žáci používali přesná a výstižná pojmenování
Vztah ke čtení a čtenářství, psaní a psatelství ZGC-VZT-000-ZV5-001	<i>Čte a píše množství textů různého typu.</i>	- prezentací videí vytvářím situace, kdy žáci zdůvodňují ostatním, proč mají jejich záznamu věnovat pozornost

Pomůcky

Tablety nebo telefony na natáčení videí, tiskárna na tisk obrázků, sdílené prostředí na uložení videí, digitální technologie na prezentování, připojení k internetu, případně reklamní letáky.

Metodický komentář pro učitele

1. V úvodu položte žákům otázky:

Která reklama vás v poslední době zaujala? Čím vás oslovila?

Všimnete si spíše plakátu nebo zajímavého videa?

Nechali jste se někdy reklamou ovlivnit natolik, že jste výrobek koupili (rodiče vám ho koupili)? V čem byla situace obtížná? Co vám může pomoci ji lépe zvládnout příště?

2. Nejdříve si s žáky zopakujte, co reklamnímu spotu nesmí chybět. Nechejte žáky rozdělit se do skupin. Stanovte společně kritéria, např.:

Video bude na libovolný domácí spotřebič.

Cena spotřebiče musí být reálná.

Uvedené informace budou pravdivé.

Délka reklamy nepřesáhne půl minuty.

Na videu se objeví obrázky s citovanými zdroji.

3. Dejte žákům dostatek prostoru na diskusi, stažení obrázků. Vedte je k správné citaci zdrojů. Pokud budou potřebovat delší čas na přípravu, rozdělte natáčení videí na další dny.

Pro stahování obrázků je třeba žáky nasměrovat na vhodné zdroje (obrázky s volnou licencí). Můžete k tomu

využít QR kódy. Nemáte-li možnost tisku obrázků, využijte reklamních letáků.

Popis ověřování

Učitel sleduje:

- úroveň spolupráce žáků – zda se při řešení zadání dohodli, nebo ne;
- naplnění stanovených kritérií.

Kritéria mohou sloužit jako opora pro sebehodnocení žáků.