



Média a finance online

Výukové materiály k finančnímu vzdělávání
dětí od 9 do 13 let

Registrační údaje

1. vydání, Hamburg 2021

Odpovědný subjekt: finlit foundation GmbH
Steindamm 71, 20099 Hamburg, Německo
Telefon: +420 606 610 873
vzdelani@finlit.foundation
www.finlit.foundation

Koncept a realizace: Helliwood media & education im fjs e. V., Berlín, Německo

Dodavatelé obrázků: Název: shutterstock.com/ AShvets, p.3: Matthias Oertel,
<https://www.matthiasoertel.de>; Graphics: shutterstock.com – zejména Macrovector a
drumcheg

Obsah výukových materiálů je určen pouze pro potřeby škol a nesmí být používán pro
komerční účely.

Upozornění: Všechny informace byly pečlivě prozkoumány a sestaveny. Neneseme
žádnou odpovědnost za správnost a úplnost obsahu ani za jakékoli změny, které mohou
mezitím nastat.

Vážení čtenáři,

jsme rádi, že jste se rozhodli seznámit se s našimi učebními materiály. Znamená to, že vnímáte naléhavost tématu finanční gramotnosti a otevíráte tím prostor pro komunikaci o penězích s dětmi a mladistvými.

Finanční rozhodnutí mohou mít velký vliv na naši budoucnost. Zejména nejisté časy ukazují, jak důležité je být finančně připraven na nepředvídatelné události. Finanční gramotnost je proto životně důležitou dovedností. OECD je o tom přesvědčena stejně jako my. Definují finanční gramotnost jako jednu ze šesti základních dovedností pro úspěšný život ve 21. století. A přesně tuto dovednost by si děti na celém světě měly osvojovat co nejdříve.

Mnoho mladých lidí kritizuje, že se o penězích a financování učí příliš málo nebo vůbec. Zlepšit tuto situaci bude vyžadovat čas a změny v přístupu ze strany rodičů, učitelů a mimoškolních partnerů. S vaší pomocí chceme dát každému dítěti šanci na finanční gramotnost a připravit ho na skutečná finanční rozhodnutí. Toto vzdělávání může probíhat ve škole, stejně jako při mimoškolních aktivitách.

Iniciativa ManoMoneta se zavázala podporovat finanční vzdělávání. Vyvinuli jsme koncept, který vám umožní směřovat děti k odpovědnému nakládání s penězi již od raného věku. Tento výukový program je primárně určen pro děti od devíti do třinácti let. S našimi materiály vás chceme inspirovat a ukázat vám konkrétní nápady na výuku, jak přistupovat k tématům peněz a financí způsobem blízkým každodennímu životu a provázaným s dalšími důležitými tématy a dovednostmi.



Nabídka zahrnuje náměty na výuku týkající se médií a financí v online prostředí a její součástí je výukový plán, metodika, základní tematické pojmy (8 vědomostních karet) a podklady pro přípravu materiálů k jednotlivým aktivitám.

Téma finanční gramotnosti nám skutečně leží na srdci. Jsme přesvědčeni, že finanční vzdělávání je klíčem k výchově sebevědomých a odpovědných spotřebitelů. Pracujme společně, aby další generace byla dobře připravena na zodpovědné nakládání s penězi ve svém každodenním životě.

Váš ManoMoneta tým

Dětský svět médií

Průměrně trávíme na sociálních sítích až 1,72 hodin denně. U teenagerů jsou tato čísla mnohem vyšší a dosahují až 27 hodin týdně. A tyto statistiky rok od roku narůstají! Děti ve věku šest až třináct let si svůj život bez online připojení a obrazovky již nedovedou představit. (data k r. 2023)

Barevný svět médií

S rostoucím věkem jsou děti v online světě stále aktivnější. Platformy jako YouTube, Instagram, Snapchat, Whats-App a TikTok se rychle stávají součástí jejich každodenního života. Prostředí digitálních her a online sítí je pro ně nesmírně přitažlivé.

V online světě se děti většinou pohybují samy a běžně naráží na velké nástrahy a lákadla. Mnoho online her na ně cílí svými nákupními nabídkami - nákupy v aplikaci - které slibují pokrok ve hře či speciální vlastnosti pro jejich postavu. Tyto nákupy nejsou nutné pro pokrok ve hře, ale pokušení a touha vyrovnat se svým vrstevníkům je velká. Pokud je online platba na hracím zařízení povolena, může to vést k nepříjemnému překvapení v podobě neočekávaných výdajů.



Další fenomén dnešní doby jsou influenceři – popové hvězdy digitálního světa – jenž mají na děti velký vliv. Seznamují své publikum s novinkami, zveřejňují příspěvky na populárních sítích o módě, kráse, fitness, cestování nebo počítačových hrách a mají až kultovní status.

Děti bohužel nejsou schopné rozlišit, zda doporučení jejich oblíbenců jsou myšlena upřímně nebo je za tím jen finanční zisk.

Online svět dětem nabízí mnoho příležitostí a zároveň je staví do situací a před rozhodování, jejichž důsledky nejsou sto dohlédnout. Je proto nanejvýš důležité, aby děti dokázaly odpovědně používat „skutečné“ peníze na internetu a znaly úskalí online světa.

Výukové materiály

Předkládaný materiál žákům umožní nahlédnout hravou formou do světa médií a jeho fungování. Důraz je kladen na jejich chování na sociálních sítích, především jak vnímat influencery a jak se stavět k online nákupům v aplikacích. Vyzkouší si, jak jednat ve složitých situacích a sebevědomě se rozhodovat.

Dovednosti

Na reálných situacích z online prostředí si žáci osvojí praktické dovednosti pro svůj každodenní život stejně jako sociální a rozhodovací schopnosti při řešení společných úkolů.



Odborné a metodologické dovednosti

Žáci

- > se zamýšlí nad používáním peněz v kontextu reklamy a médií.
- > porovnávají různé pohledy během vzájemné spolupráce.
- > se naučí rozeznávat potenciální rizika a zvažovat své potřeby.



Aktivity a rozhodovací dovednosti

Žáci

- > řeší tematické kvízy.
- > učí se samostatně rozhodovat.



Dovednosti v sociální komunikaci

Žáci

- > pracují v týmech na řešení úkolů.
- > prezentují a obhajují své výsledky před třídou.
- > vzájemně se respektují a uznávají názory ostatních.



Osobnostní dovednosti

Žáci

- > sdílí své znalosti se třídou a v rámci pracovní skupiny.
- > se učí odpovědné týmové práci.
- > sdílí své názory se spolužáky.

Výukový plán

1. Úvod do tématu - 10 min

Příprava: Den před plánovanou výukou požádejte studenty o jména jejich oblíbenců na sociálních sítích.

Před vyučovací hodinou po třídě rozvěsíme vědomostní obrázky.

Studenti si ujasní, jaký je rozdíl mezi médii a sociálními médii. Udělají si přehled sociálních platforem a vysvětlí si, kdo jsou influenceři a jakým způsobem generují zisk.

1.1. Úvodní brainstorming

Je důležité zdůraznit, že sociální sítě, jakými jsou TikTok, FB, Instagram či Whatsapp mohou mladiství v ČR sledovat a mít na nich účty, aniž by potřebovali souhlas rodičů, až od 15 let!

Zeptáme se žáků: „Co jsou to média?“ (Vše, co předává a šíří informace.) „Co jsou to sociální média?“ (Jde o média na interaktivních platformách tzn. na online sítích. Přistupujeme k nim přes mobilní a webová zařízení. Tradiční média představují jediný zdroj informace, kdežto na sociálním médiu proudí informace z mnoha zdrojů k mnoha uživatelům a příjemci mají možnost okamžité reakce, editace, komentáře či jiného zásahu do obsahu.)

Další možné otázky: „Jaká média sledujete, odebíráte? Jaké online platformy využíváte? Sledujete některé známé tváře na sociálních platformách?“

Způsob práce: celá třída | **Metoda:** brainstorming, diskuse

2. Influenceři - 20 min

Na tabuli dáme/promítneme fotky max. 4 influencerů, které jsme od žáků před hodinou zjistili. Nebo si je zvolíme sami tak, aby žáky zaujali. Je potřeba si o nich zjistit základní informace (věk, jakými tématy se ve svých videích/příspěvcích zabývají, jaký mají merch, kolik mají sledujících, jaký je jejich příjem).

Od žáků postupně zjišťujeme: Kdo jsou lidé na fotkách? Čím se na sociálních sítích zabývají? Proč je sledujete, na jaké platformě, čím se od ostatních liší?

Přináší vám jejich sledování: zábavu - nové znalosti - praktické rady? Poznamenejte odpovědi žáků u každé fotky, ať je vidět převažující důvod, proč děti influencers sledují.

Jakým způsobem si influenceři vydělávají? Koupili jste si někdy něco s merchem nebo z e-shopu svého oblíbeného influencera? Proč si myslíte, že influencer propaguje zboží ve svých příspěvcích? Nyní se žáků zeptáme, zda vědí, kolik mají jejich oblíbení influenceři na tabuli sledujících a kolik vydělávají?

Jak vydělávají?

Podle počtu odběratelů a sledovanosti daného Youtubera se monetizuje reklama, která běží před nebo během videa Youtubera. Dále za propagaci výrobků ve svých videích/ postech. Dlouhodobou spoluprací s konkrétní značkou a také prodejem věcí pod svou značkou - merchem.

Další otázka: Kolik hodin denně na sítích asi tak trávíte? Nechte žáky zvednout ruce: Kdo do 2 hod; 2-4 hod, více jak 4 hod denně? Uved'te počty na tabuli. Pro umocnění efektu přepočtete každodenní časy na úroveň v rozsahu měsíce (60, 120 a 150 a více hodin) a roku (730, 1 460 a 1 825 a více hodin).

Způsob práce: celá třída | **Materiál:** obrázky influencerů

3. Řešení úkolů ve skupinkách

3.1. Vědomostní karty - 20 min

Žáky rozdělíme do skupinek po 4-5.

Po třídě jsou rozmístěny obrázky k vědomostním kartám. Vědomostní karty si nechá učitel či ten, kdo bude definice číst. Nejdříve žáky poprosíme, aby se rozhlédli po třídě a obrázky si prohlédli.

Následně čteme definice a děti hádají, který obrázek odpovídá přečtené definici. Správnost volby ověříme na zadní straně obrázku, kde je napsaný pojem daného obrázku (reklama, aplikace atd.). Uhodnuté pojmy dáváme na tabuli. Pokud děti chybovaly, otočí kartu zpět na obrázek a hádají znovu.

Způsob práce: skupinky | **Metoda:** vědomostní karty

Je dobré děti upozornit na rizika

Na závěr, je dobré se u některých pojmů zastavit a upozornit na rizika. Např. by děti nikdy neměly stahovat aplikace a platit online na webech bez ikony zámečku a „https“ (nikoli jen „http“) v adresním řádku prohlížeče. Toto potvrzuje, že komunikace mezi stanicí uživatele a webovým serverem probíhá šifrovaně. Některé aplikace jsou zdarma, ale po 3 měsících se zpoplatní! Většina podmínek pro užívání aplikací a webů jsou sáhodlouhé texty v angličtině. Děti většinou vůbec nepřemýšlí a vše automaticky schvalují a potvrzují.

3.2. Labyrint otázek - tajenka - 20 min

Děti pokračují v práci ve skupinkách a prochází labyrintem otázek (listy 1 - 4 a 5 - 8), které je dovedou k vyluštění 2 tajenek. Vše najdete na stránkách 11 - 19. Do každé skupinky dejte pracovní listy 1 až 8 a obě tajenky (ze str. 19), kam budou doplňovat vyluštěná písmena. Je potřeba srozumitelně vysvětlit práci s pracovními listy a jak doplňovat písmena do tajenek. Společně si vyhodnotíme výsledky tajenek a upřesníme, co který termín znamená.

„Běžný účet“ je účet, kam nám chodí výplata a který využíváme ke každodenním bezhotovostním platbám. Na rozdíl od spořicího účtu neslouží k ukládání a šetření peněz. Banka držiteli účtu vydá platební kartu (již od 8 let).

„Vyšší level“ je speciální úroveň v on-line hře. Obvykle umožňuje hráči sbírat extra body. Bonusové levely mohou být zdarma, a nebo se za ně platí (skrytě či vědomě) prostřednictvím online plateb z běžného účtu.

Netiskněte opakovaně! Jednou a dost!

Zalaminujte si barevně vytištěné vědomostní karty a používejte je opakovaně. Stejně tak vytiskněte a zalaminujte pro každou skupinku pracovní listy s kvízy a s tajenkami a nechte žáky používat stírací fixy.

Způsob práce: skupinky |

Materiál: pracovní listy 1 - 8, tajenky k pracovním listům

4. Tipujte fakta ze světa sociálních sítí - 10 min

V této aktivitě si žáci otestují své znalosti o online světě a užívání sociálních sítí.

Umístěte/promítněte na tabuli fakta, ze kterých budou žáci vybírat. Měla by to být ideálně jen čísla bez bližších údajů, aby bylo tipování těžší. Žáci pracují ve skupinkách. Učitel čte otázku/tvrzení a žáci si zkusí tipovat, který údaj na tabuli odpovídá skutečnosti. Skupinky získávají body za správný tip. Již využitě odpovědi dáváme stranou; možnost výběru se tím v každém kole zmenšuje. Podle reakcí žáků můžeme jednotlivá fakta diskutovat a nasdílet si zkušenosti. Děti v této aktivitě reagují často dost silně a je škoda toho nevyužít. Otázky jsou plně na vaši kreativitu a preferenci. Zde uvádíme některé možnosti a je dobré data aktualizovat.

Možné otázky k tipování:

- Facebook Instagram WhatsApp - Jaký je povolený věk se souhlasem rodičů? (odpověď 13 let)
- Průměrný počet hodin denně strávený na sociálních sítích. (2,5)
- Kolik hodin videoobsahu bylo v roce 2022 nahráno na YouTube každou minutu? (500)

- Kolik miliard dolarů se mělo za r. 2023 utratit za reklamy na sociálních sítích? (268 mld., což je 3x rozpočtový příjem ČR v r. 2023)
- Kolik % bdělého času stráví typický uživatel sociálních sítí na soc. platformách? (15 %)
- Výdělek nejúspěšnějšího youtubera za rok 2021? (1,14 mld. Kč - Američan Mr. Beast)

Užitečné zdroje informací o sítích a chování online:

<https://sitevhrsti.cz/cisla-o-socialnich-siti/>

<https://amidigital.cz/index2023/>

Způsob práce: skupinky | **Materiál:** data na tabuli

5. Shrnutí - diskuse ve třídě - 10 min

Závěrem se žáky projdeme jejich zkušenosti se sociálními sítěmi a nákupy online. Návrhy na možné otázky (něco již mohlo zaznít v předchozích diskusích a brainstormingu):

1. Myslíte si, že jste internetoví závisláci? Kolik hodin trávíte denně na internetu?
2. Proč chodíte na internet – co je hlavním důvodem?
3. Nakupoval někdo z vás v online prostředí a za co (aplikaci, hru, platba za bonusy ve hře...)? Kupovali jste někdy něco na doporučení vašeho oblíbeného influencera (jeho merch, jím doporučený produkt)?
4. Chtěl by být někdo z vás influencerem a proč?
5. Znáte někoho ve svém okolí, kdo byl v internetovém prostředí podveden? Co konkrétně se stalo?

Tuto pasáž zakončete komentářem o pochybných reklamách a tím, že by si studenti měli dávat pozor na nabídky v aplikacích a s tím spojené nákupy stejně jako výzvy a hecování se na sítích (tragický případ chlapce, který se v rámci výzvy Blackout Challenge kolující na TikToku uškrtil v březnu 2023).

Způsob práce: celá třída

Média a finance online

Čas	Obsah	Způsob práce	Metoda/pomůcky
10 minut	1. Úvodní brainstorming Úvodní otázky – rozdíl mezi médii a sociálními médii; vlastní zkušenosti žáků.	celá třída	brainstorming
20 minut	2. Influenceři Kdo jsou influenceři, jak si vydělávají, proč je žáci sledují.	celá třída	obrázky nfluencerů, tabule
20 minut	3. 1. Vědomostní karty Dle definic žáci přiřazují termíny k obrázkům po třídě.	skupinky	8 karet s definicemi, 8 obrázků pro celou třídu
20 minut	3.2. Labyrint otázek - tajenka Řešení tajenek v pracovních listech ve skupinkách.	skupinky	8 pracovních listů a 2 tajenky do skupinky
10 minut	4. Tipuj Žáci si otestují své znalosti o online platformách.	skupinky	fakta na tabuli/dataprojektor
10 minut	5. Shrnutí – diskuse ve třídě Zkušenosti žáků se sociálními sítěmi; co ještě nezaznělo.	celá třída	diskuse

Jméno _____

Třída _____

reklama/
influenceri

Pracovní list 1: influenceri

Tom a Ema, naši dva finanční průzkumníci, stojí před složitým úkolem. Hádanky na pracovních listech vás provedou labyrintem písmen až k samotnému řešení.

Jak na to?

Přečtěte si vědomostní karty.

Odpovězte na otázky a příslušná písmena napište do **první tajenky do políček 1 až 3**.

Co není reklama?

Návod k použití.

B

Upoutávka, která běží v televizi.

P

Mediální hvězda, která propaguje výrobek.

O

Jaký je hlavní cíl reklamy?

Reklama podporuje nákupy.

Ě

Reklama dělá města útulnější.

E

Reklama má být zábavná.

Í

Proč firmy inzerují?

Aby utratily všechny peníze, co vydělají.

Š

Aby vynikly mezi ostatními produkty a službami.

Ž

Aby měly na výrobu svých produktů.

Č



Jméno _____

Třída _____

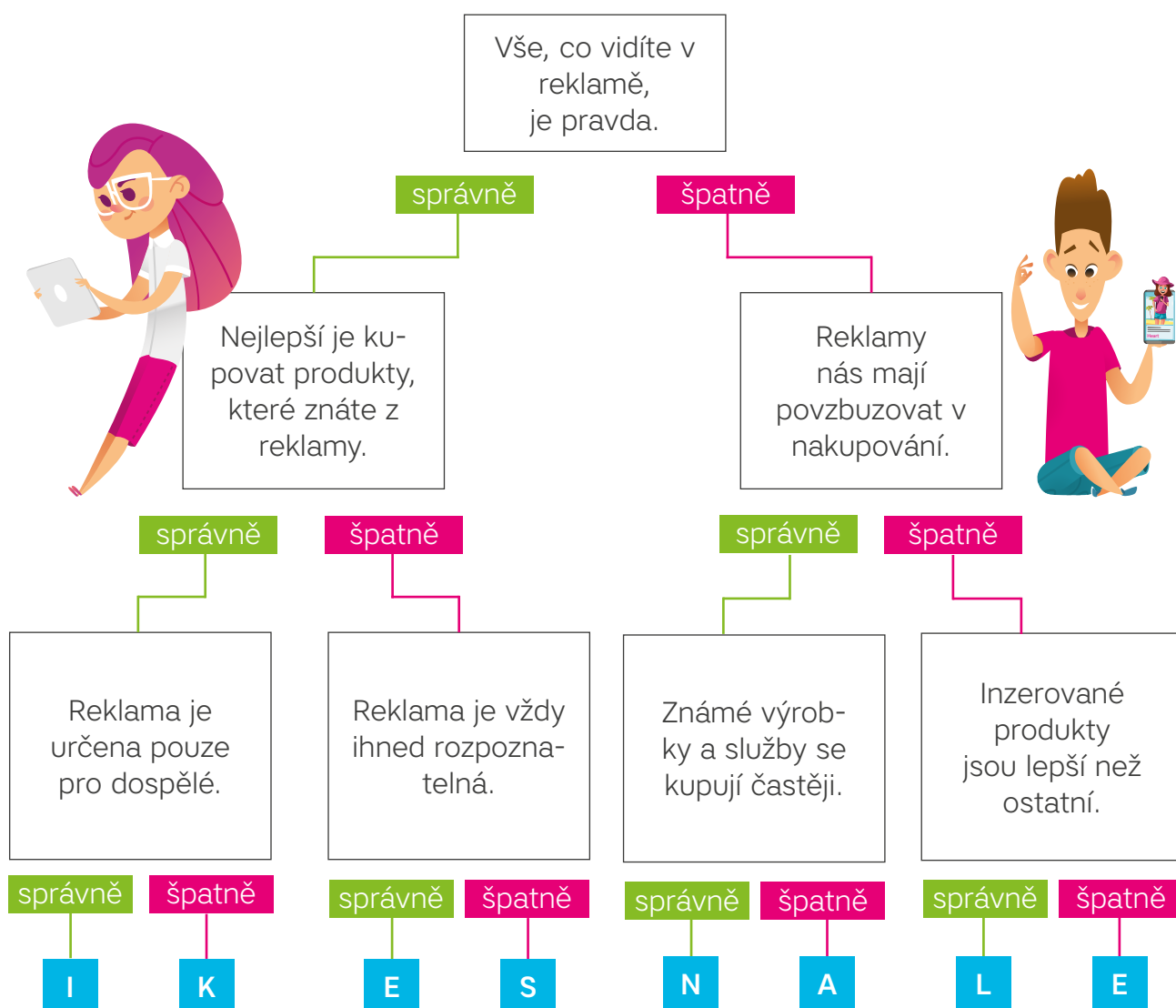
reklama/
influenceri

Pracovní list 2: influenceri

Jak vlastně reklama funguje?

Na co byste měli dávat pozor při nákupech v aplikacích? Zvolte, zda je tvrzení **správně** nebo **špatně** a takto postupujte až na konec stromu.

Vítězné písmenko napište **do 4. políčka první tajenky**.



Jméno _____

Třída _____

reklama/
influenceri

Pracovní list 3: influenceri

Víte, co znamená slovo influencer?

Odpovězte na otázky níže a doplňte správná písmena **do políček 5 až 7 v první tajence**.

Co znamená slovo influencer?

Ovlivňovat

Ý

Prodávat

É

Šířit virus chřipky (anglicky se chřipka řekne „flu“).

Á

Kdo je influencer?

Kdokoliv na Instagramu.

P

Internetová hvězda s mnoha fanoušky.

Ú

Někdo, kdo píše komentáře.

R



7. Jak influenceri komunikují se svými fanoušky?

V supermarketu.

Ě

Na online nákupní platformě.

E

Na sociálních sítích.

Č

Jméno _____

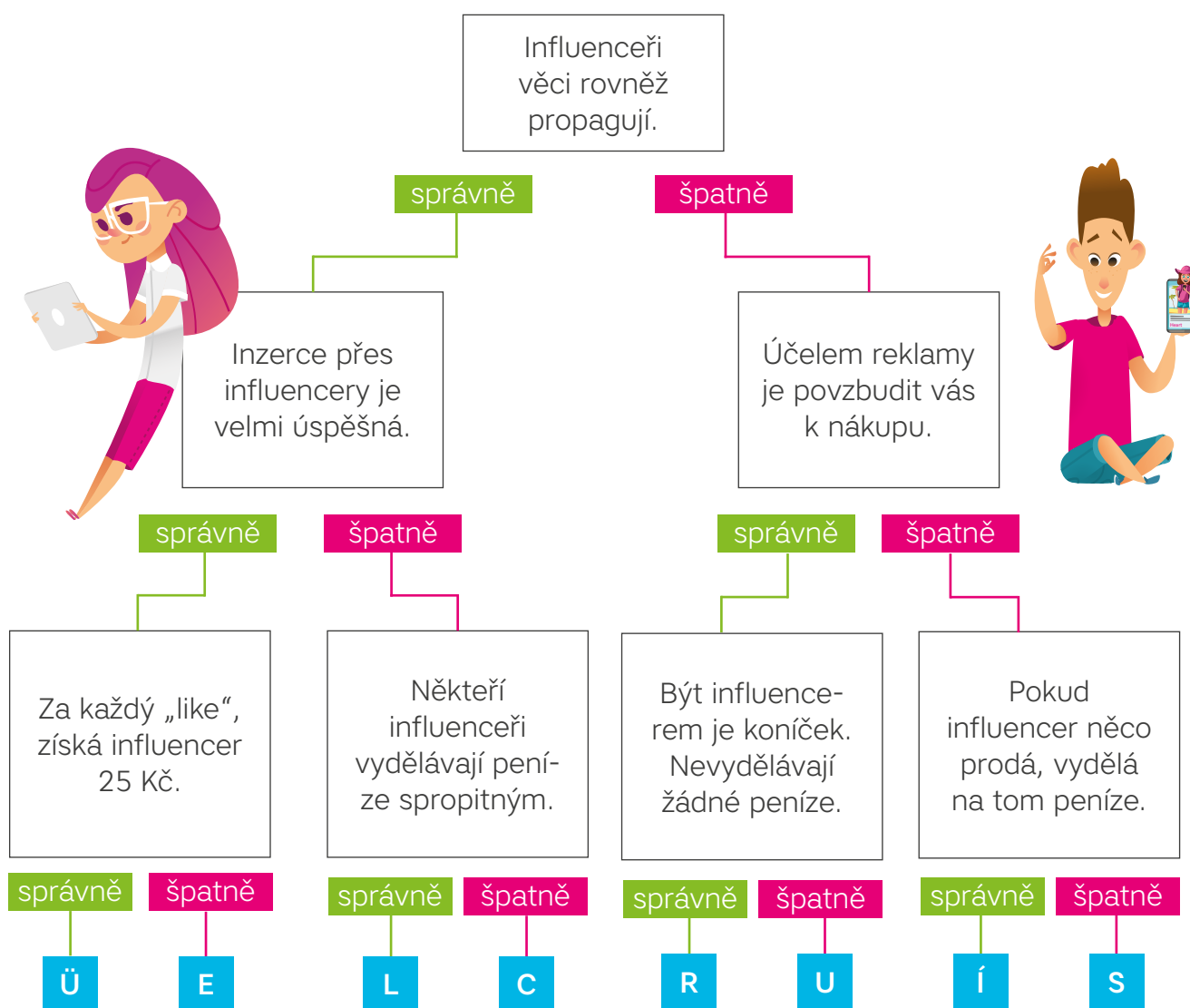
Třída _____

reklama/
influenceri

Pracovní list 4: influenceri

Nyní víte, kdo je influencer. Ale víte, jak si influenceri vydělávají peníze?

Až vyluštíte tuto hádanku, doplňte správné písmeno **do políčka 8 první tajenky**. Hurá, máte první část hotovou!



Jméno _____

Třída _____

nákupy v
aplikacích/
aplikace

Pracovní list 5: nákupy v aplikacích

Tom a Ema stojí před složitým úkolem. Hádanky v pracovních listech vás zavedou přes labyrint písmen k tajence.

Jak postupovat?

Posbírejte správná písmena a doplňte je **do políček 1 až 3 ve druhé tajence**.

Co si mohu pořídit nákupem v aplikaci?

Výsledky testů z matematiky.

Ý

Řidičský průkaz na motorku.

T

Dodatečné funkce do apky.

V

Jak zaplatím při nákupu v apce?

Kreditkou

Y

Hotově

M

Paušálem

A



Od kolika let můžete používat aplikaci TikTok?

Od 13 let bez souhlasu rodičů.

C

Od 13 let se souhlasem rodičů.

Š

Od 31 let se souhlasem babičky.

S

Jméno _____

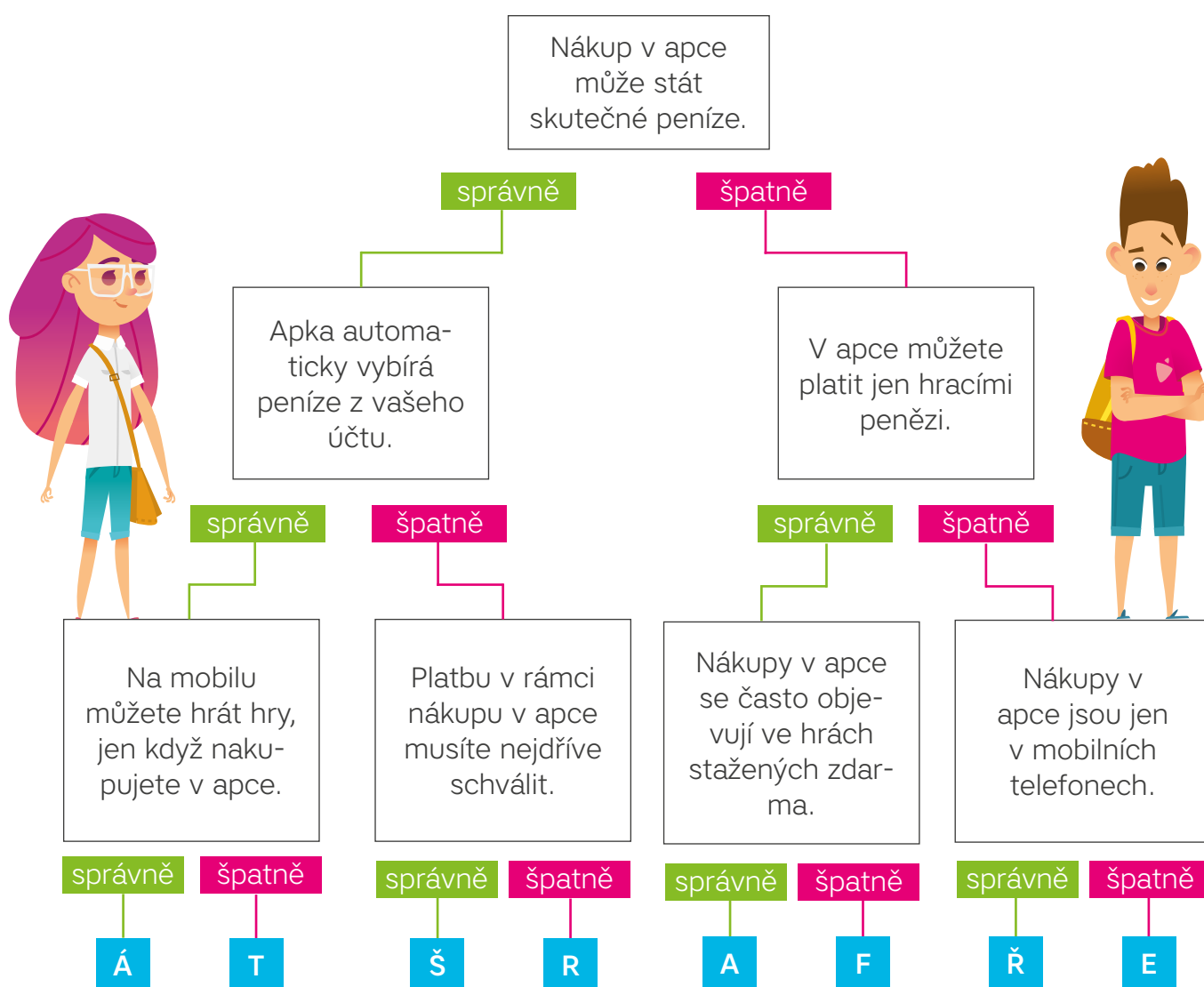
Třída _____

nákupy v
aplikacích/
aplikace

Pracovní list 6: nákupy v aplikacích

Na co byste měli dávat pozor při nákupech v aplikacích?

Vítězné písmeno vložte **do políčka 4 ve druhé tajence**.



Jméno _____

Třída _____

nákupy v
aplikacích/
aplikace

Pracovní list 7: nákupy v aplikacích

S aplikacemi se nejspíš setkal každý z vás. Víte ale, jak přesně fungují a kde se dají získat?

Odpovědi na tyto otázky vám pomohou najít správná písmena **do políček 5 až 7 ve vaší druhé tajence**.

Kde získáte mobilní aplikace?

Stažením z online App Storů.

Í

Apky jsou dostupné jen na mobilu.

Ř

Získáme je v obchodu s mobily.

L

Jak můžete získat aplikaci?

Pouze online platbou u operátora.

K

Zdarma či za peníze z App Storů.

L

Za paušál od dodavatele elektřiny.

E



K čemu nám aplikace slouží?

Na hraní, komunikaci a jako užitečné nástroje.

V

Na lepší trávení.

O

Na opravu či výměnu Applu.

M

Jméno _____

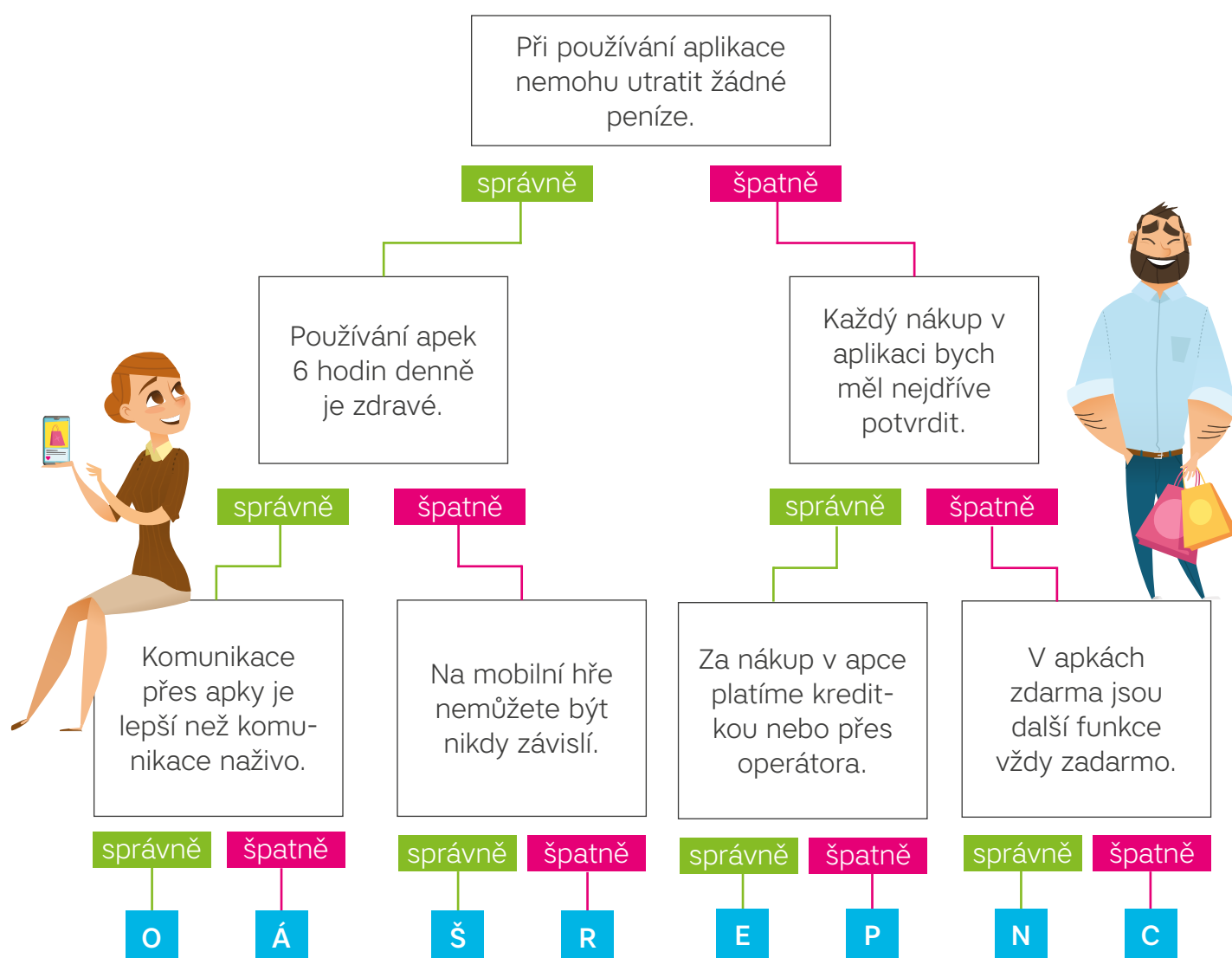
Třída _____

nákupy v
aplikacích/
aplikace

Pracovní list 8: nákupy v aplikacích

Cílová rovinka! Máme být při používání aplikací na pozoru nebo si je můžeme do života pustit bez omezení?

Správné odpovědi vás dovedou k poslednímu chybějícímu písmenku **v políčku 8 druhé tajenky.**



Tajenka z pracovních listů č. 1 – 4 na téma reklama/Influenceři:

1	2	3	4	5	6	7	8	
								T

Tajenka z pracovních listů č. 5 – 8 na téma nákupy v aplikacích/aplikace:

1	2	3	4	5	6	7	8	
						E		L

Tajenka z pracovních listů č. 1 – 4 na téma reklama/Influenceři:

1	2	3	4	5	6	7	8	
								T

Tajenka z pracovních listů č. 5 – 8 na téma nákupy v aplikacích/aplikace:

1	2	3	4	5	6	7	8	
						E		L

Tajenka z pracovních listů č. 1 – 4 na téma reklama/Influenceři:

1	2	3	4	5	6	7	8	
								T

Tajenka z pracovních listů č. 5 – 8 na téma nákupy v aplikacích/aplikace:

1	2	3	4	5	6	7	8	
						E		L

