

„Pinigai, emocijos ir spaudimas pirkti: kaip likti savimi?“

Kam skirtas?

5–8 kl. moksleiviams

Modulio tikslas

Padėti moksleiviams suprasti, kad su pinigais susijusius sprendimus gali nulemti ne tik racionalūs asmeniniai pasirinkimai, bet ir emocijos, išorės veiksnių formuojami poreikiai ar norai, lygiavimasis į draugus ar nuomonės formuotojus.

Uždaviniai

- Lavinti mokinių gebėjimą (at)pažinti savo emocijas.
- Padėti atskirti norus nuo poreikių.
- Skatinti kritiškai vertinti socialinių tinklų ir reklamos poveikį.
- Formuoti gebėjimą atpažinti FOMO (angl. fear of missing out – baimė kažką praleisti) efektą.
- Pagelbėti mokytis savarankiškai priimti sprendimus.
- Išnaudoti tarpdisciplinines kompetencijas ir įrankius.

Ką moksleiviai sužinos?

Turinys ir diskusijos padės mokiniams geriau suprasti, kad kasdieniai mūsų finansiniai sprendimai gali kilti ne tik iš realių poreikių, bet ir iš aplinkos diktuojamų impulsų: draugų, bendraklasių, socialinių tinklų ar reklamos. Susipažinę su dažniausiais reklamos poveikio būdais ir juos aptarę, mokiniai gebės geriau juos atpažinti ir kritiškiau vertinti.

Ką apima modulis?

Teorinė dalis:

- Aptariami skirtumai tarp poreikių ir norų, su tuo susijusios emocijos. Išskiriami pagrindiniai veiksniai, kurie daro įtaką žmonių pasirinkimams šių dienų pasaulyje. Paaiškinamas FOMO efektas ir 6 pagrindinės reklamos strategijos, kurios skirtos paveikti emocijas;
- Pateikiami patarimai, kaip mokiniams atpažinti išorės poveikį, lavinti kritinį mąstymą ir būdai, kaip priimti sąmoningesnius sprendimus.

Praktinė dalis:

- Žaidimas „Reklamos studija“: moksleiviai turi sukurti reklamą pagal vieną iš aptartų reklamos strategijų, pasinaudojant tarpdisciplininėmis kompetencijomis ir įrankiais, pavyzdžiui, dirbtinio intelekto pagalba;
- Reklamų pristatymas bei diskusija apie jų poveikį emocijoms.
- „Kahoot“ testas žinioms įtvirtinti.

Kokį turinį gauna mokytojas ir ko reikia pamokai?

Mokytojas gauna:

- Teorinės dalies skaidres ir video turinį;
- Kalbėjimo gaires, siūlomus diskusijų klausimus kiekvienai skaidrei;
- Praktinės dalies instrukcijas su siūlomais diskusijų klausimais;
- Namų užduoties rekomendaciją;
- „Kahoot“ testo nuorodą.

Pravesti pamokai reikia ekrano prezentacijai ir vaizdo įrašams parodyti, lentos, reklamoms sukurti skirtų priemonių (detalesnis sąrašas pateikiamas praktinės dalies aprašyme).

Norint klasėje žaisti „Kahoot“ žaidimą apie reklamos poveikį, mokytojas turėtų susikurti nemokamą platformos paskyrą.

Atitikimas nacionalinėms rekomendacijoms

Šis finansinio raštingumo modulis atitinka Pagrindinio ugdymo ekonomikos ir verslumo programos tikslus. Modulyje pateikiama medžiaga skatina ekonominį ir socialinį-emocinį raštingumą, kritinį mąstymą ir vertybinį sąmoningumą. Teorinė modulio dalis mokinius supažindina su emocinių veiksnių įtaka finansiniams sprendimams, poreikius ir norus veikiančiais išorės veiksniais, sąmoningo pasirinkimo svarba. Praktinėje dalyje mokiniai turi panaudoti emociškai paveikias reklamos priemones ir kartu aptarti pasiekimus.