

Scenariusz zajęć dla młodzieży

KINGA SOCHOCKA, KAROLINA VAN LAERE

Scenariusz nr 1: Racjonalne zakupy

Cele:

1. Rozwinięcie umiejętności świadomego i racjonalnego dokonywania zakupów.
2. Wzmocnienie poczucia odpowiedzialności za dokonywane wybory.

Pomoce do zajęć: duże arkusze papieru, flamastry, kartki papieru, długopisy, karta pracy nr 1

Czas trwania: 45 minut.

Przebieg zajęć:

1. **Wprowadzenie.** Nauczyciel wyjaśnia uczniom, że w trakcie dzisiejszych zajęć będą rozmawiać o tym, co to znaczy impulsywne i racjonalne kupowanie oraz w jaki sposób warto dokonywać zakupów, aby robić to świadomie.
2. **Praca na forum.** Nauczyciel zapisuje na dużym arkuszu papieru dwa hasła: *impulsywna decyzja* i *racjonalna decyzja*. Następnie pyta uczniów o ich skojarzenia dotyczące obu haseł*. Wypowiedzi uczniów notuje na arkuszu papieru. Następnie podkreśla, że impulsywne decyzje wiążą się z dużym ryzykiem doświadczenia przykrych konsekwencji. Wynika to z faktu, że są one podejmowane pod wpływem pojawiającego się w nas chwilowego pragnienia oraz określonych emocji bez uwzględniania bilansu potencjalnych zysków i strat. Odwrotnie, racjonalnie dokonywane wybory minimalizują ryzyko negatywnych konsekwencji, ponieważ decydując myślimy o naszych możliwościach i ograniczeniach. W efekcie prowadzi to do uwzględnienia naszych prawdziwych potrzeb.
3. **Praca w grupach.** Nauczyciel dzieli uczniów na 4 zespoły**. Każdemu z zespołów przekazuje duży arkusz papieru i flamastry. Zespoły mają do wykonania schematyczny rysunek (sylwetka i wyraz twarzy) następujących osób:
 - a. osoba, która dokonała właśnie zakupu pod wpływem impulsu,
 - b. osoba, która dokonała racjonalnego zakupu,
 - c. osoba, która wygospodarowała ze swojego budżetu pieniądze na wszystkie swoje bieżące potrzeby,
 - d. osoba, której nie udało się wygospodarować pieniędzy na wszystkie swoje bieżące potrzeby.

Nauczyciel rozpoczyna omówienie prac od postaci **a.**, następnie postaci **d.** W drugiej kolejności omawia postaci **b.** i postać **c.** W ramach omówienia nauczyciel podkreśla, że robienie zakupów pod wpływem emocji dostarcza na początku bardzo dużo przyjemności (postać **a.**). Niestety, często wówczas okazuje się, że emocje bardzo szybko opadają przede wszystkim dlatego, że zakupy okazują się nieudane, kupione za zawyżoną cenę, niepotrzebne (kolejna para butów o podobnym fasonie) lub dlatego, że nie wystarcza na inne potrzeby (postać **d.**). Natomiast dokonywanie racjonalnych zakupów (postać **b.**), choć nie zawsze dostarcza w krótkiej perspektywie tak samo silnych przeżyć (ponieważ musimy godzić się z tym, że nie możemy sobie pozwolić na zaspokajanie wszystkich zachcianek), przynosi zadowolenie w dłuższej perspektywie (postać **c.**) Pytania pomocnicze:

- *Która z postaci doświadczyła najsilniejszych emocji?*
- *Co się dzieje, kiedy wydajemy pod wpływem impulsu więcej pieniędzy, niż planowaliśmy?*
- *Dlaczego dokonywanie racjonalnych zakupów nie dostarcza tak pozytywnych emocji jak impulsywne?*

4. **Praca w grupach.** Nauczyciel dzieli uczniów na 4–5-osobowe zespoły. Każdemu z nich przekazuje jeden z opisów sytuacji dotyczących dokonywania wyborów związanych z zakupami (karta pracy nr 1), duży arkusz papieru oraz flamastry. Zadaniem uczniów jest odpowiedzenie na kilka pytań dotyczących opisanych sytuacji.

W ramach omówienia zadania, zespoły prezentują efekty swoich prac na forum. Następnie nauczyciel rozmawia z uczniami o tym, co motywuje ludzi do dokonywania nieprzemysłanych zakupów i w jaki sposób można temu przeciwdziałać. Pytania pomocnicze:

- *Co waszym zdaniem może popychać ludzi do impulsywnego kupowania?*
- *Dlaczego czasami dokonujemy nieplanowanych zakupów?*
- *Co powinniśmy brać pod uwagę dokonując zakupów***?*

5. **Praca na forum/Zadanie domowe.** Nauczyciel zapisuje na dużym arkuszu papieru hasło *przepis na udane i racjonalne zakupy*. Zadaniem uczniów jest wymyślenie wskazówek, które ułatwiają dokonywanie racjonalnych zakupów****.

Uwagi dla realizatora zajęć:

* Przykładowe hasła, które powinny pojawić się w trakcie dyskusji z uczniami:

Impulsywne decyzje:

- natychmiastowe,
- podejmowane pod wpływem chwili,
- nieprzemysłane,
- podejmowane w oparciu o chwilowe emocje lub zachcianki,
- bez myślenia o stratach, potencjalnym ryzyku

Racjonalne decyzje:

- przemysłane,
- danie sobie czasu
- analiza potencjalnych korzyści i strat

- myślenie o rzeczywistych potrzebach
 - niekierowanie się chwilowymi emocjami
 - niedokonywanie wyboru „pod presją”
 - sprawdzanie, co mogę, a czego nie mogę, czego nie powinienem
- **** W przypadku braku czasu ćwiczenie można ograniczyć do pracy nad dwoma postaciami: **a.** i **b.** Natomiast konsekwencje obu sposobów dokonywania zakupów ilustrowane w postaciach **c.** i **d.** można przywołać podczas omawiania tych pierwszych.

******* Przykładowe pytania, które mogą sobie zadać bohaterowie historyjek:

- *Czy potrzebuję coś kupić? Czy czegoś ważnego mi brakuje? Co potrzebuję kupić?*
- *Czy stać mnie na to, co chcę kupić? Czy, gdy dokonam zakupu, będę miał pieniądze na inne ważne rzeczy?*
- *Czy dany produkt jest zgodny z moimi aktualnymi potrzebami? Czy raczej jest zgodny z moimi chwilowymi pragnieniami?*
- *Czy dany produkt spełnia moje oczekiwania?*
- *Czy jakość jest adekwatna do ceny?*

Karta pracy nr 1

Sytuacja Małgosi

Przeczytajcie uważnie opis sytuacji, w której znalazła się Małgosia. Następnie odpowiedzcie na znajdujące się poniżej pytania.

Małgosia dostała od mamy 300 zł, które mają jej starczyć na drobne zakupy i przyjemności w trakcie dwutygodniowego wyjazdu wakacyjnego. Małgosia przed wyjazdem poszła z koleżanką z klasy, Teresą, do galerii handlowej. Teresa musi kupić strój kąpielowy na wakacyjny wyjazd. W trakcie zakupów z Teresą Małgosia wypatrzyła w sklepie piękną sukienkę. Kosztowała 269 zł. Nie zastanawiając się chwili dłużej, kupiła ją.

Dlaczego Małgosia dokonała zakupu? Co ją do tego skłoniło?

- *Co zaryzykowała Małgosia?*
- *Co powinna wziąć pod uwagę, podejmując taką decyzję?*
- *Jakie pytania mogłaby sobie zadać Małgosia przed wejściem do sklepu lub dokonaniem zakupu?*

Sytuacja Marka

Przeczytajcie uważnie opis sytuacji, w której znalazł się Marek. Następnie odpowiedzcie na znajdujące się poniżej pytania.

Marek dostał od taty 50 zł. Ma za nie kupić podręcznik niezbędny do szkoły. Marek dzień wcześniej nie był przygotowany do lekcji, ponieważ nie miał odpowiedniej książki. Po szkole część kolegów z klasy Marka postanowiła wspólnie pójść na pizzę. Ponieważ Marek ma przy sobie pieniądze, decyduje się na pójście z nimi. Myśli: „Raz się żyje. Jakoś zdobędę kasę na książkę”. W trakcie wspólnej wizyty wydaje aż 40 zł na pizzę, napoje i deser.

- *Dlaczego Marek zdecydował się na wyjście z kolegami i zakup pizzy? Co go do tego skłoniło?*
- *Co zaryzykował Marek?*
- *Co powinien wziąć pod uwagę, podejmując taką decyzję?*
- *Jakie pytania mógłby sobie zadać zanim podejmie decyzję?*

******** Przykładowa lista:

- zaplanowanie swojego budżetu (podział wydatków na najważniejsze cele, np. kurs, rachunki, np. telefon, oszczędzanie, wydatki bieżące),
- zrobienie listy zakupów przed pójściem do sklepu,
- pamiętanie o pułapkach marketingowych czyhających w supermarketach (wystawianie określonych produktów na półkach na wysokości oczu, rozkładanie batoników i drobnych słodczy przy kasach).

Cele:

1. Rozwinięcie umiejętności rozpoznawania języka perswazji.
2. Rozwinięcie umiejętności dokonywania świadomych zakupów.

Pomoce do zajęć: duże arkusze papieru, flamastry, kartki papieru, długopisy, karta pracy nr 1, opcjonalnie: odtwarzacz CD z utworami do wyboru lub komputer z dostępem do Internetu i stoper

Czas trwania: 45 minut.

Przebieg zajęć:

1. **Wprowadzenie.** Nauczyciel wyjaśnia uczniom, że w trakcie dzisiejszych zajęć będą rozmawiać o reklamie. Zastanowią się nad tym, czy i jaki wpływ ma ona na dokonywane przez nich konsumenckie wybory.
2. **Praca na forum.** Nauczyciel prosi uczniów, aby podali nazwy proszków do prania i samochodów, które przychodzą im do głowy. Propozycje uczniów notuje na arkuszu papieru. Następnie pyta uczniów, czy potrafią wskazać, które z tych produktów są najlepsze w swojej grupie. Każdy uczeń wybiera po dwa najlepsze proszki do prania i dwie marki samochodu.

Scenariusz nr 2: Reklama za serce i za portfel chwytą

Pytania pomocnicze:

- *Co sprawia, że te produkty są według was najlepsze w swojej grupie?*
- *Czy na co dzień sami korzystacie z tych produktów?*
- *Na podstawie czego wysuwacie wnioski o jakości i skuteczności produktów?*

3. **Praca na forum.** Nauczyciel pyta uczniów, gdzie spotykają reklamy?*
4. **Praca w grupach.** Nauczyciel dzieli uczniów na grupy i upewnia się, czy każdy zespół ma stoper (np. w zegarku, smartfonie). Każda z grup losuje nazwę jednego produktu do zareklamowania nieznanej marki (nazwę marki zespoły wymyślają samodzielnie). Przygotowana reklama może zająć maksymalnie 1 minutę. Uczniowie mogą do tego celu wykorzystać dowolne środki wyrazu: arkusz papieru, flamastry, ruch, głos, muzykę**. Zespoły muszą się upewnić, czy zmieszczą się w wyznaczonym czasie, korzystając ze swoich zegarków.

Przykładowe produkty do zareklamowania: pasta do zębów, olej do samochodu, napój owocowy, samochód, jogurt, płyn do mycia naczyń, farba do malowania ścian.

Po wykonaniu zadań grupy prezentują swoje reklamy. Czas odmierza nauczyciel. Każdy występ, bez względu na jego jakość, powinien zostać nagrodzony brawami. Pytania pomocnicze dla zespołów wykonujących reklamę:

- *Jak pracowało się wam nad swoją reklamą?*
 - *Co chcieliście wyeksponować w waszym produkcie?*
- Pytania pomocnicze dla odbiorców, czyli pozostałych zespołów***:
- *Które elementy prezentowanej reklamy do was najbardziej przemówiły?*
 - *Jakie przymiotniki i przysłówki występowały najczęściej?*
 - *W jakiej formie użyte zostały czasowniki?*****

W ramach podsumowania nauczyciel podkreśla, że choć reklamować można bardzo różne produkty, to retoryka, środki i sposoby przekazu są bardzo podobne.

5. **Praca na forum.** Nauczyciel pyta uczniów, czy mają swoje ulubione reklamy lub takie, które najbardziej utkwiły im w pamięci. Uczniowie dzielą się swoimi skojarzeniami. Następnie nauczyciel pyta ich, które elementów reklam są dla nich najatrakcyjniejsze i „chwytają ich za serce”. Mogą odwoływać się do ulubionych reklam lub do wystąpień z lekcji. Odpowiedzi uczniów nauczyciel zapisuje na dużym arkuszu papieru****.

Uwagi dla realizatora zajęć:

*Reklamy spotykamy wszędzie: na ulicy (billboardy, ulotki, budynki), w radiu, w telewizji, w Internecie.

** Jeżeli nauczyciel decyduje się na wprowadzenie elementu muzycznego, może do tego wykorzystać np. odtwarzacz z przygotowanymi wcześniej przez siebie nagraniami lub komputer z dostępem do Internetu. Wówczas albo sam prezentuje grupom utwory do wyboru, albo każdej z grup daje określoną ilość czasu do wybrania własnego utworu.

*** W reklamach przeważają przymiotniki i przysłówki podkreślające wyjątkowość produktu: *świetny, wspaniałe* i użyte w stopniu wyższym i najwyższym typu: *najlepszy, najlepiej*. Czasowniki są zwykle użyte w formie rozkazującej np. *kup, wygraj, odbierz*.

**** W zależności od czasu, którym dysponuje nauczyciel, można te pytania zadawać po występie każdej z grup lub podczas podsumowującej dyskusji. Jeżeli uczniowie będą bardzo podekscytowani własnymi prezentacjami, warto wybrać drugi wariant.

*****Wśród najważniejszych chwytów marketingowych reklamy znajdują się:

Wykorzystywanie jak największej liczby kanałów sensorycznych – grafiki, muzyki i słowa, pozytywne emocje związane z produktem, atrakcyjność, krótki czas trwania, nawiązywanie do tego, co dobrze znane i pozytywnie kojarzone, np. hasła, powiedzenia, wykorzystywanie wizerunku autorytetu lub innej cenionej postaci życia publicznego, humor, zabawy znaczeniem słów.

□

Kinga Sochocka jest certyfikowaną psychoterapeutką,
pedagogiem.

Karolina Van Laere jest psychologiem,
nauczycielką języka polskiego.