

Tarbijaharidusteemaline õppepäev „Teadlikumaks tarbijaks“

Sihtrühm: 4. klassi õpilased (sest õpetan ise praegu 4. klassi; sobib ka 3. ja 5., isegi 6. klassile). Raskusastet on võimalik varieerida. Minu klassis on vaid 6 õpilast. Kui õpilasi on rohkem, tuleks organiseerida töö paarides või rühmades.

Tegevusele kuluv aeg: koolis 4 tundi, kodust on vaja kaasa võtta mõned vahendid (pakendid, reklaam).

Eesmärgid:

1. Õpilane võrdleb hindu ja teeb järeldusi oma tarbimisharjumuste kohta. Võimalik, et õpilane muudab pärast õppepäeva oma tarbimiskäitumist / valib odavama ostukoha. Võimalik, et ka mitte, kui mingid teised tegurid (lähedus, nälg, sõprade eeskuju või muu) on hinnast olulisemad.
2. Õpilane uurib hinnasilte ja võrdleb toodete kilohinda, leiab kõige odavama ja kallima toote näiteks juustude hulgas, võrdleb viilutatud ja viilutamata juustude kilohinda, teeb järeldusi. Õpilane teab, kuidas arvutada kilohinda. Eesmärk on kujundada õpilase teadlikkust sellest, et pisipakendites tooted on enamasti kallimad ja et peame maksma ka pakendi eest.
3. Õpilane uurib pakendil olevat infot, võrdleb kahte toodet. Eesmärk arendab õpilase võrdlemisoskust.
4. Õpilane leiab internetist, mida tähendavad erinevad tootemärgistused. Areneb digipädevus ja teadlikkus.
5. Õpilane koostab ise ühe toote kohta reklaami. Eesmärgi abil mõtleb õpilane läbi, mida reklaam endas sisaldab, õpib ise reklaami nägema ja seeläbi sellesse kriitilisemalt suhtuma.
6. Kogu tegevuse tulemusena muutub õpilane natuke teadlikumaks tarbijaks.

Tegevuse kirjeldus

Iga õpilane toob kodust kaasa 3–5 pestud puhast toiduaine pakendit ja mõned reklaamlehed.

Õpilane käib kooli puhvetis ja kirjutab üles või pildistab 5 müügil oleva toote hinna (koos toote nimetusega).

Läheme koos kauplusesse, püüame leida samu tooteid ja kirjutame üles nende hinna kaupluses. Võrdleme kaupluse ja kooli puhveti hindu.

Vaatleme kaupluses ühe tootegrupi (juustud, leivad jne) hindu. Leiame kilohinna ja tootegrupi kõige odavama ja kallima toote. Arutleme, millist toodet on mõistlikum osta. Kui kilohind puudub, siis õpime, kuidas seda arvutada. Arvutame.

Kooli tagasi jõudnud, uurime kodust kaasa võetud pakendeid. Igäiks valib kaks sarnast (ühe tootegrupi) pakendit. Selgitame välja, kas kogu pakendil olev info on arusaadav, vajadusel otsime internetist infot juurde. Võrdleme kahe sarnase toote omadusi: suhkrusisaldust, kiudainete sisaldust jne. Kas toode sisaldab säilitusaineid? Õpilane esitab paberil kahe tulba või tabeli abil kahe toote võrdluse. Õpilane annab oma hinnangu, kumb toode on tervislikum, tutvustab seda teistele suuliselt ja põhjendab, miks ta nii arvab.

Tutvume tootemärgistustega. Uurime kaasavõetud pakendeid – kas neil leidub tootemärgiseid ja milliseid. Mida need tähendavad? Õpilased täidavad töölehed (lisa 1, lisa 2) ja otsivad internetist, mida erinevad tootemärgistused tähendavad.

Järgmises tunnis vaatame mõningaid reklaame nii paberil kui ka internetis. Arutleme, milline on hea reklaam, mis on reklaami eesmärk. Püüame suhtuda reklaamidesse kriitiliselt ja arutleme, kas kõik reklaamis sisalduv on puhas tõde.

Teema kokkuvõtteks valib iga õpilane ühe toote, millele ta koostab ise reklaami. Õpilane valib, kas koostab reklaami paberil, esitab suulise reklaami (raadioreklaami) või videolõigu.

Lõiming üldoskuste ja kasvatustööga

Õppepäev arendab õpilaste kriitilist mõtlemist, suunab neid tegema tervislikumaid ja säästlikumaid valikuid. Päev on seotud enesemääratluspädevusega; suutlikkusega analüüsida oma käitumist.

Õpilane saab tootemärgistuste kohta uusi teadmisi, mis annab talle edaspidi võimaluse teha teadlikumaid valikuid.

Kindlasti arendab see õpilase õpipädevust, võimet planeerida oma õppetegevust ja oma ülesandeid ning oskust seda plaani järgida.

Areneb suhtluspädevus: suutlikkus esitada oma seisukohti ja neid põhjendada, esitleda ennast reklaami koostamise abil, kasutada kohaseid keelevahendeid ja sobivat stiili.

Matemaatikapädevus on seotud kilohindade võrdlemisega, arvutamisega.

Ettevõtlikkuspädevus areneb reklaami koostamisel. See tegevus arendab õpilase loovust.

Digipädevusega on seotud info otsimine internetist nii pakenditel oleva info tõlgendamiseks kui ka toiduainete märkide tähenduste leidmiseks.

Toiduainete märgistuse töölehed:

Lisa 1

Lisa 2

Planeerisin aega 3 tundi, aga sellest jäi väheks. Me ei jõudnud kõiki teemasid piisava põhjalikkusega käsitleda. Näiteks läks meil palju aega pakenditel oleva info uurimisele. Väga paljud koostisosad oli tundmatud.

Poe- ja puhvetihindade võrdlemisel olime palju edukamad. Selgus, et kooli puhvetis on kõik hinnad keskmiselt 10–15 senti kallimad kui poes. Limonaadide hinnavahe ulatus lausa 25 sendini.

Poes hindu uurides leidsime odavaima pakitud ja viilutatud juustude hulgast. Võrdlesime viilutatud ja viilutamata juustude hindu. Õpilastele osutus keeruliseks leida kõige odavamat ja kallimat hinda. Algselt lähtuti paki hinnast, mitte ei vaadatud kilohinda. Harjutasime odavaima ja kallima toote leidmist ka teiste toodete peal. Jõudsime järeldusele, et punase soodushinnaga toode pole omataoliste hulgas enamasti kõige odavam toode.

Kooli tagasi jõudnud, arutlesime, kuidas leida kilohinda. Nt: kui küpsise kilo maksab 8.50, kas saad siis osta 300 g küpsist, kui sul on taskus 2 eurot? Kuidas arvutada?

Tootemärgistuste otsimiseks olin kavandanud kasutada tahvelarvuteid, ent olin unustanud need eelnevalt broneerida, nii et pidime hakkama saama telefonidega. Ühe õpilase lubasin enda arvutisse. Suurem osa õpilasi sai info otsimisega hakkama, aga info mõistmisega jäädgi hätta. Arutlesime, mida üks või teine märk tähendab. Aega läks rohkem, kui olin planeerinud. Reklaamide koostamiseks jäi vähe aega. Reklaami koostamist tegime paaristööna. Paberreklaam jäi lõpetamata, aga üks tiim tegi ka videoreklaami. See oli mõeldud siiski vaid meil klassis vaatamiseks, aga kukkus isegi teistest paremini välja.

Kokkuvõtvalt saan öelda, et lastele päev meeldis. Üksmeelselt jõuti otsusele, et kooli puhvet on kallid ja sealt osta ei ole mõtet. Kilohind oli laste jaoks uus teadmine. Kuigi aega jäi väheks, sest inglise keele tund tuli peale, oli see üks tore ja kasulikult veedetud päev – see oli laste üksmeelne otsus.

Laste arvamus:

Kõige rohkem meeldis poeskäik.

Kõik meeldis.

Lisa 1



Lisa 2

