



Na nákupech nejíme sami

VÝUKOVÝ A METODICKÝ MATERIÁL K PRŮŘEZOVÝM TÉMATŮM
VÝCHOVA K MYŠLENÍ V EVROPSKÝCH A GLOBÁLNÍCH
SOUVISLOSTECH A ENVIRONMENTÁLNÍ VÝCHOVA



Autoři: PhD., Mgr. Josef Makoč,
Mgr. Kristina Zůbková, Mgr. Bára Paulerová
Jazykové korektury: Ing. Jaroslava Lutoská
Odborný garant: Mgr. Klára Smolíková
Ilustrace: Honza Smolík

Grafická úprava: Dita Baboučková
Vydala Ochrana fauny ČR, P.O.BOX 44, 259 01, Votice
www.evvoluce.cz * www.ochranafauny.cz

1. vydání 2011
Tisk: Tria v.o.s.



Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky
z Operačního programu Vzdělávání pro konkurenceschopnost (OPVK).



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ



NA NÁKUPECH NEJSME SAMI

ČASOVÁ DOTACE: 15 vyučovacích hodin (15x45 minut)

CÍLOVÁ SKUPINA: 6.–7. ročník ZŠ

POČET ŽÁKŮ: 20–30

CÍL: Žáci se seznámí s počátky obchodu a obchodování a také podmínkami, které obchod umožnily. Porovnájí dřívější obchodování s politikou dnešních supermarketů. Zamyslí se nad tím, jak supermarkety ovlivňují život lidí a jaký mají dopad na krajinu. Žáci se kriticky zamyslí nad výrobky nabízenými v supermarketech a seznámí se s jejich značením.

ANOTACE: Nakupování je nedílnou součástí našeho životního stylu. Seznámíme se s tím, čím vším se mohou lišit dva na první pohled stejné výrobky, a odhalíme význam označení BIO. Zároveň si uvědomíme, co všechno můžeme naším výběrem při nákupu ovlivnit.

1. průřezové téma: Tematický okruh:	Environmentální výchova <ul style="list-style-type: none"> Vztah člověka k prostředí
2. průřezové téma: Tematický okruh:	Výchova k myšlení v evropských a globálních souvislostech <ul style="list-style-type: none"> Jsme Evropané
Vzdělávací oblasti:	<ul style="list-style-type: none"> Člověk a jeho svět (Místo, kde žijeme, Lidé a čas, Rozmanitost přírody)
Přínos k rozvoji osobnosti žáka v oblasti postojů a hodnot:	<ul style="list-style-type: none"> vede k pochopení významu a nezbytnosti udržitelného rozvoje jako pozitivní perspektivy dalšího vývoje lidské společnosti kultivuje postoje k Evropě jako širší vlasti a ke světu jako globálnímu prostředí života
Přínos k rozvoji osobnosti žáka v oblasti vědomostí, dovedností a schopností:	<ul style="list-style-type: none"> rozvívá porozumění souvislostem v biosféře, vztahům člověka a prostředí a důsledkům lidských činností na prostředí vede k uvědomování si podmínek života a možností jejich ohrožování přispívá k poznávání a chápání souvislostí mezi vývojem lidské populace a vztahy k prostředí v různých oblastech světa umožňuje pochopení souvislostí mezi lokálními a globálními problémy a vlastní odpovědností ve vztazích k prostředí rozvívá a integruje základní vědomosti potřebné pro porozumění sociálním a kulturním odlišnostem mezi národy prohlubuje porozumění vlivu kulturních, ideologických a sociopolitických rozdílů na vznik a řešení globálních problémů v jejich vzájemných souvislostech prohlubuje základní vědomosti nezbytné pro pochopení struktury a funkcí mezinárodních a nevládních organizací, jejich vlivu na řešení globálních i lokálních problémů v oblasti humanitární, politické, sociální, ekonomické, kulturní a dodržování lidských práv rozvívá schopnost srovnávat projevy kultury v evropském a globálním kontextu, nacházet společné znaky a odlišnosti a hodnotit je v širších souvislostech
Klíčové kompetence:	Kompetence k řešení problémů, komunikativní, kompetence občanské, kompetence sociální a personální
Obsah balíčku:	prezentace Počátky obchodu, Supermarkety, Supervýrobky, pracovní listy Historie směny zboží, Jak vznikal obchod, Samozásobování, Od regálu k regálu, Nakupování je zábava, Supervýrobky, Ekoznačky, Bio souhrn, karty Jednotky délky, karty Počítání na kusy, herní plán Historická platidla, karty Role, karty Doplnující úlohy, karty Anketní otázky, karty Nakupování je zábava, karty Biopravidla, ukázky replik historických platidel a zbožových peněz, ukázky historických délkových jednotek



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

4

Metody práce:	<ul style="list-style-type: none">• Čtení s porozuměním• Manipulace s pomůckami• Práce s interaktivní tabulí• Prezentace• Samostatné práce• Šetření• Diskuze• Pracovní listy• Práce s počítačem• Hra• Skupinové práce• Výklad
Poznámky:	Věnujte pozornost webovému rozšíření výukového programu na www.evvoluce.cz

Počátky obchodu

ČÍSLO MATERIÁLU:	MT1 Počátky obchodu
AUTOR:	Mgr. Josef Makoč
KLÍČOVÁ AKTIVITA:	práce s interaktivní prezentací
CÍLE:	rozvíjet a integrovat základní vědomosti potřebné pro porozumění sociálním a kulturním odlišnostem mezi národy, rozvíjet schopnost srovnávat projevy kultury v evropském a globálním kontextu, vést k poznání a pochopení života a díla významných Evropanů, prohlubovat vědomosti potřebné k pochopení souvislostí evropských kořenů a kontinuity evropského vývoje
ČASOVÁ DOTACE:	1 vyučovací hodina (45 minut)
POMŮCKY:	PR1 Počátky obchodu
KLÍČOVÉ POJMY:	Samozásobování, směna, obchod, doprava zboží

POPIS ČINNOSTI:

Žáci se nejprve seznámí s pojmy samozásobování a směna. Uvědomí si, že lidé byli nejprve závislí na tom, co si dokázali obstarat sami. V případě, že měli něčeho dostatek, mohli to vyměnit za něco, co jim scházelo. Na tomto jednoduchém principu vznikl později obchod. Tuto prezentaci je vhodné kombinovat s pracovními listy PL1 Historie směny zboží a PL2 Jak vznikl obchod.

KROK č. 1 Samozásobování a směna zboží

Spustíte prezentaci PR1 Počátky obchodu. Snímek č. 2 seznamuje žáky s pojmem samozásobování. To je takový způsob obživy, kdy si lidé obstarali vše potřebné vlastními silami – sběrem, lovem, zemědělskou činností. Sami si vyráběli také věci denní potřeby. Diskutujte se žáky na téma reálné možnosti samozásobování v dnešním světě.



Je možné provozovat samozásobování i v moderním světě?



Tato činnost je závislá na možnosti vlastnit dostatečné množství půdy, což při dnešní hustotě zalidnění není dobře možné. Lidé také chtějí mít určitý životní standard a používat moderní vynálezy a výrobky, jejichž technologická náročnost neumožňuje vlastní výrobu. Samozásobování zaniklo v souvislosti s dělbou práce a rozvojem obchodu. Částečně se udržuje se pouze v kulturách žijících tradičním způsobem života.

Snímek č. 3. je věnován směně zboží a obchodu. Směna zboží byla uskutečňována z důvodu výhodnosti směniti vlastní přebytky za jiné věci, které byly naopak postradatelné pro druhého. Směna tedy vycházela z aktuální potřeby a rozdílných možností si opatřit si určité potřebné věci. Zboží se směňovalo také proto, že ještě neexistovala platidla. Poté lidé zjistili, že je pro ně výhodnější si práci rozdělit a zaměřit se na určitý druh produkce. Tím vznikla i vrstva obchodníků, kteří zajišťovali oběh zboží.

Počátky obchodování s využitím zbožových peněz a platidel jsou dokázány v Babylónii. Existovala již vrstva řemeslníků a obchodníků, tržnice a obchody a závazná ujednání regulující obchod. Naproti tomu daleko později ve středověké Evropě obchodu bránili feudálové vlastníci půdy i církev. Proto se obchodovalo pouze se vzácným zbožím. Výskyt takového zboží byl spjat s cestováním a dopravou.

KROK č. 2 Cestování

Nechte žáky přemýšlet, z jakých důvodů se lidé vydávali na cesty a zda-li bylo cestování vždy tak jednoduché jako dnes, případně jakými způsoby se dalo vlastně cestovat. Využívat přitom mohou své znalosti z dějepisu, poznatků z vlastní i společné četby, filmů apod.



Jak a proč lidé dříve cestovali?



Cestování nebylo dříve vůbec jednoduchá věc a provozovalo se vždy z vážného důvodu. Tím určitě nebyla zábava a cestování pro radost z návštěvy zajímavých míst. Mezi pravé důvody patřilo objevování a osidlování nových území,

vojenské výpravy a obchod, ale i náboženské důvody. Cestovat se dalo pěšky, pro přepravu materiálu se využívalo zvířat a povozů a také vodních toků, které představovaly variantu k ne příliš husté síti cest.

Žáci budou znát odvážné Vikingy, kteří na svých dlouhých a úzkých lodích podnikali objevitelské a válečné výpravy po mořích, ale mohli pronikat po řekách i hluboko do vnitrozemí, z čtení znají i příběh krále Odyssea, který se zúčastnil výpravy Řeků proti Tróji a jehož zpáteční cesta se stala synonymem pro strastiplnou pouť, křížácké výpravy do Palestiny, z arabských pohádek znají i karavany, obchodní konvoje křížující nehostinná pouštní území. Nesmíme zapomenout na náboženské cesty a poutě za svatými ostatky a výpravy především křesťanských misionářů.

Již od pravěku byla Evropa i Asie protknuta několika významnými stezkami. Ty vznikly především z důvodu převážení vzácného zboží a tedy obchodu. Mezi nejstarší a nejznámější stezky na našem území patřila tzv. Zlatá stezka, která procházela z dnešního německého Pasova, který byl důležitým přístavním městem na Dunaji, přes Šumavu, do českého vnitrozemí. Po stezce se dopravovalo cenné zboží, zejména sůl. Proto se stezce také někdy říká Solná.

Snímek č. 4 představuje několik mužů, kteří svými výpravami rozšířili povědomí Evropanů a podobě světa a dalekých krajů. Žáci mají za úkol k historické postavě přiřadit správné informace o cíli její cesty.

Leif Ericson – Severní Amerika

Leif Ericson byl vikinský mořeplavec, který asi jako první Evropan stanul v 10. stol. na březích Ameriky. Nejnovější archeologické nálezy potvrzují existenci vikinské osady na ostrově Newfoundland, který dnes patří Kanadě.

Alexandr Veliký – Indie

Alexandr Veliký byl slavným vládcem a neporazitelným vojevůdcem starověkého světa, který si dokázal podmanit téměř celé území tehdy známého světa. Během svých vojenských tažení se z území dnešního severního Řecka dostal až do Indie.

Marco Polo – Čína

Marco Polo, benátský kupec a cestovatel se po vzoru svého otce a strýce rozhodl pro daleké cesty po Asii. V jejich doprovodu se dostal až na dvůr chána Kublaje. O svých neuvěřitelných zážitcích vypráví v knize Milion.

Kryštof Kolumbus – Jižní Amerika

Kryštof Kolumbus byl italský mořeplavec, který pocházel z obchodnické rodiny. Ve službách španělské královny dosáhl při hledání nové cesty do Indie ostrovů Jižní Ameriky a při dalších výpravách i Jižní Ameriky samotné.

KROK č. 3 Vzácné zboží

Díky objevitelským cestám docházelo k setkávání různých civilizací. Tím se lidé dostali i do kontaktu s vzácnými předměty a zbožím z ciziny. Poptávka po nich podnítila obchod a vznik obchodních center a přístavů, kde se mohli setkávat obchodníci z Evropy a Asie.

Na snímku č. 5 se žáci seznamují s několika příklady vzácného zboží a místy jeho původu. Žáci mají za úkol spojit obrázky s vysvětlivkou se šipkami, které v mapě ukazující přibližný původ zboží.

obr. 1: damascénská ocel – ocel vysoké kvality, podle tajného postupu se z ní vyráběly ceněné zbraně, původ má v Indii

obr. 2: jantar – mineralizovaná pryskyřice, od pradávna se používal k výrobě šperků, nalézal se v oblasti Baltického moře

obr. 3: porcelán – vypalovaný jíl, sloužil k výrobě nádobí, původ má v Číně

obr. 4: eben – dřevo tropického stromu, které se leštěné používalo k výrobě nábytku a ozdobných předmětů

KROK č. 4 Obchodníci a přepravci

Potřeba přepravit náklad ze vzdálených míst vedla k řadě vynálezů a opatření. Dopravou obchodovatelného zboží se zabývali kupci a obchodníci. Snímek č. 6 představuje pomocí obrázků pojmy, které jsou spjaté s přepravou zboží a obchodem. Úkolem žáků je přiřadit správné popisky.

▶ ŘEŠENÍ:

Smyk – starý způsob přepravy těžkých nákladů před vynálezem kola. V nejstarších dobách člověk nosil náklad na zádech, nebo používal právě smyk. Tohoto jednoduchého zařízení používali i severoameričtí indiáni.

Karavana – skupina zvířat a osob putující s nákladem. Karavany tvořili většinou velbloudi, kteří byli v Asii ochočeni již kolem roku 3 tis. př. n. l.

Karaka – typ středověké obchodní lodě. Asi nejslavnější karakou byla Kolumbova Santa María.

Forman – česky povozník, dnes bychom řekli dopravce. Zabýval se přepravou nákladu na větší vzdálenosti. Používal při tom potahu většinou dvou párů koní a bytelný vůz, který měl nosnost jednu až tři tuny.

Hanza – spolek německých měst, která provozovala dálkový obchod. Udržovala si kontrolu nad obchodem s cizími zeměmi a zajišťovala ochranu přepravovaného zboží. Členy spolku hanzovních měst byl např. Kolín nad Rýnem, Hamburk, Rostok, Brémy.

KROK č. 5 Na trhu

Zboží se prodávalo formou vandrovního obchodu nebo na trhu. Trhy se konaly pravidelně v určité dny a u příležitosti svátků. Na trhu se prodávaly výrobky, ovoce a zelenina, zvířata a drůbež. Snímek č. 7 a 8 představuje hravou aktivitu motivovanou dnes již zaniklými označeními pro různý sortiment zboží. Žáci se snaží vyluštit anagramy ukrývající tato pojmenování.

Hra se spouští stisknutím tlačítka START. V případě, že by si žáci nevěděli rady, mohou využít nápovědu, která se zobrazí stisknutím tlačítka CLUE a podle nápovědy písmena přeskupit.

- kokotář** – obchodník s drůbeží
- cvokař** – výrobce hřebů
- pučálnice** – trhovkyně prodávající luštěniny
- kořenářka** – výrobkyně a prodavačka léků a bylin
- bičar** – výrobce bičů a kožených řemenů
- knoflíkář** – výrobce knoflíků ze dřeva
- hokynář** – prodejce potravin
- habán** – hrnčič
- flekýř** – správkař obuvi
- vrkočnice** – prodavačka česneku a cibule

KROK č. 6 Obchod dříve a nyní

Formou společné diskuze se zamyslete nad hlavními rozdíly v podobě obchodu dříve a nyní. Berte v úvahu prodejní místa, způsob dopravy, míru zisku z obchodu a vývoj ceny zboží.

Obchody probíhaly dříve v místech přirozených center, tedy tam, kde byla větší koncentrace lidí. Obchodníci proudili se svým zbožím do center. Dnešní obchody se staví mimo centra a způsobují opačný pohyb lidí. Lidé cestují za obchodníkem z města ven.

Zboží se dříve dopravovala pouze s využitím lidské síly, síly zvířat, vody, větru, tedy bez zátěže na životní prostředí. Moderní doba přinesla získávání energie pro dopravní prostředky z neobnovitelných přírodních zdrojů. Výroba paliv z obnovitelných zdrojů je zatím energeticky náročnější, než je konečná energetická využitelnost šetrného paliva.

Ačkoliv i v dřívějších dobách měli obchodníci zisk z rozdílu mezi nákupní a prodejní cenou zboží, dnes je situace taková, že zboží je více, než je ho potřeba. Toho využívají velkoprodávci, kteří mohou své dodavatele tlačit co nejnižší výkupní ceně. V případě, kdy naopak vlivem neúrody nebo jiné pohromy něčeho nedostatek, zvyšují ceny pro zákazníky, kteří nemají šanci si zboží obstarat jinde.

Supermarkety

ČÍSLO MATERIÁLU:	MT2 Supermarkety
AUTOR:	Mgr. Josef Makoč, Mgr. Bára Paulerová
KLÍČOVÁ AKTIVITA:	výklad s prezentací, kvíz
CÍLE:	umožnit pochopení souvislostí mezi lokálními a globálními problémy a vlastní odpovědností ve vztazích k prostředí
ČASOVÁ DOTACE:	1 vyučovací hodina (45 minut)
POMŮCKY:	PR2 Supermarkety a odpovídající výpočetní technika
KLÍČOVÉ POJMY:	supermarket, hypermarket, negativní důsledky fungování supermarketů

POPIS ČINNOSTI:

Tato prezentace slouží jako úvodní informace k problematice supermarketů a obchodních center. Vyučující seznámí žáky s faktickými údaji na téma supermarketů a jejich negativního vlivu. Na každém snímku je symbol otazníku, za kterým se skrývá doplňující kvízová otázka pro zpestření výkladu.

Témata dále tvořivě rozvíjejí pracovní listy PL4–6.

KROK č. 1

Promítněte snímek č. 2 prezentace.

Supermarkety jsou obchody s prodejní plochou 400 až 2500 m², ve kterých převažuje nabídka potravin. Hypermarkety jsou obchody s výrazným podílem nepotravinářského zboží, ty menšího typu mají prodejní plochu 2500 až 5000 m², zatímco větší mají přes 5000 m² prodejní plochy. Příkladem hypermarketů je Makro, Hypernova, Albert, Billa, Penny Market, Kaufland, Delvita, Plus, Obi, Tesco atd.



První supermarket vzniknul v USA v roce

- a) 1965
- b) 1946
- c) 1930



SPRÁVNÁ ODPOVĚĎ: C



První supermarket v České republice vzniknul v roce:

- a) 1978
- b) 1991
- c) 1986



SPRÁVNÁ ODPOVĚĎ: B

KROK č. 2

Promítněte snímek č. 3

První samoobsluhu, nazvanou Piggly Wiggly, otevřel v Memphisu v září 1916 podnikatel Clarence Saunders. Novinkou bylo to, že zákazník nebyl obsluhován obchodníkem za pultem, ale sám procházel s košíkem po prodejní ploše. Pan Saunders byl na svůj nápad tak hrdý, že si jej dokonce nechal patentovat.

První opravdový supermarket byl pak otevřen v New Yorku, v roce 1930. Jmenoval se King Kullen a vznikl v hale bývalých garáží. Autorem nápadu prodávat zboží s nižším ziskem než konkurence, zato ve větším množství (vydělávat tedy z velkého objemu prodaných věcí), byl syn irských přistěhovalců Michael Kullen. Ačkoliv jeho nápadu z počátku nikdo moc nevěřil, Kullen dokázal na nízké ceny přilákat takové množství zákazníků, že o šest let později vlastnil už 17 takových prodejen.

Ze Spojených států se fenomén supermarketů začal šířit i do Evropy.

První supermarket byl u nás otevřen v roce 1991 v Jihlavě. Jmenoval se Mana a vlastnila ho nizozemská společnost Ahold, která dnes u nás provozuje obchody s názvem Albert.



O hypermarketu a atraktivnosti nízkých cen pro lidi byl natočen také film, který se jmenoval:

- a) Český sen
- b) Český ráj
- c) Hyper.cz

▶ SPRÁVNÁ ODPOVĚĎ: A



TIP:

Pod odkazem na snímku se můžete dozvědět více informací o tomto filmu, je zde odkaz na webové stránky či reklamní písničku tohoto fiktivního hypermarketu.

KROK č. 3

Promítněte snímek č. 4

Reklama je hlavní pozvánkou do nákupních center. Velká část reklamy se zaměřuje na nabídku velmi levných cen u vybraného druhu zboží. Zákazník přichází do centra v očekávání nízkých cen. Ty se však týkají jen malé části položek běžné každodenní potřeby (toaletní papír, pečivo, máslo atd.), u nichž zná většina kupujících obvyklé ceny, a může je tak porovnávat s cenami konkurence. Americká reklamní asociace přinutila v roce 1997 společnost Wal-Mart, aby přestala používat ve svých obchodech slogan „Vždy, ale opravdu vždy nízké ceny!“, protože se zjistilo, že tyto ceny se týkaly 1 500 nejlevnějších položek, jejichž cenu si většina lidí pamatuje, zatímco dalších 80 000 druhů zboží bylo vysoce ziskových. Stejně tak v ČR lidé při volbě „cenově výhodných“ nákupů podléhají spíše reklamě, než že by vycházeli ze skutečného stavu věcí. Zákazníci v ČR mají podprahově zafixováno, že hypermarkety jsou nejlevnější, aniž by doopravdy znali ceny. Ve Velké Británii Komise pro hospodářskou soutěž zjistila, že Tesco nasazovalo v oblastech, kde zákazníci již neměli jinou možnost nákupu, v průměru o 9 % vyšší ceny, jinde ve světě tomu není jinak.



Který z následujících triků, týkajících se slev, mohou hypermarkety používat?

- a) Slevy uváděné v letáku nejsou skutečně v prodejně poskytnuty.
- b) Zboží za „původní“ vyšší cenu nebylo dříve vůbec prodáváno
- c) Cenové akce se vztahují jen na prodej několika málo kusů.
- d) Žádný tento trik není legální a může za něj být udělena pokuta.
- e) Všechny tyto triky jsou legální a běžně používané.

▶ SPRÁVNÁ ODPOVĚĎ: D

KROK č. 4

Promítněte snímek č. 5

Člověk si v krajině vždy hledal vhodné místo k úkrytu. Když začal sám stavět vlastní stavby, využíval při tom v místě dostupný materiál. Svě stavby také zcela přirozeně a funkčně podřizoval charakteru krajiny, klimatickým podmínkám, způsobu života. Duch krajiny tedy ovlivňoval a i v případě kvalitní moderní architektury stále ovlivňuje výslednou podobu staveb. Moderní technologie nám dnes umožňují krajině souvislosti ignorovat. Člověk má dostatek možností, jak krajinu přeměnit podle svého. Supermarkety a související infrastruktura jsou toho důkazem. Výsledek takového počínání představuje např. leteckou fotografii největšího nákupního centra v Evropě ležícího mezi anglickými městy Newcastle a Gateshead. Urbanisté v Newcastlu si rychle uvědomili, jaký dopad na jejich město stavba monstrózního nákupního centra má, a proto zakázali výstavbu jakéhokoli podobného zařízení v katastru města.

Hypermarkety vznikají často na zemědělské půdě, také velké asfaltové plochy parkovišť se budují na úkor zeleně. V České republice okolo 70% vybudovaných velkoplošných prodejen mělo problém s ochranou přírody (chráněné prvky v území, kácení dřevin, lokalizace v záplavovém území řek).

Ne všechny hypermarkety přežijí konkurenční boj, už dnes jsou známy opuštěné prodejny – betonové krychle s obrovskými vyasfaltovanými plochami parkovišť bez využití. Jedná se např. o hypermarket Billa v Ostravě – Martinově či supermarket Albert v brněnské městské části Nový Lískovec.



Kolik je na území ČR hypermarketů a supermarketů?

- a) Přibližně 100 hypermarketů a 500 supermarketů
- b) Přibližně 400 hypermarketů a 800 supermarketů
- c) Přibližně 250 hypermarketů a 1300 supermarketů



SPRÁVNÁ ODPOVĚĎ: C

KROK č. 5

Promítněte snímek č. 6

Velká část nákupních center je projektována a stavěna v místech dobrého dopravního napojení. Nezřídka řetězce využívají jako své obslužné komunikace různé obchvaty měst či dálnice a tak komplikují naplňování prvotní funkce těchto komunikací. Nárůst dopravy v okolí nákupních center vzrostl na různých místech o 30 až 50 % ve srovnání s předpokládaným růstem intenzity dopravy bez nákupních center. Podle výzkumu agentury Incoma více než 65 % českých zákazníků jezdí pravidelně na nákup autem a více než 80% zákazníků v nákupním centru sem dorazilo autem.

To přináší zhoršení kvality ovzduší, zvýšení hladiny hluku i problémy s plynulostí dopravy, včetně preferování velkých dodavatelů (velmi vzdálených od místa prodeje), což s sebou nese další zvýšené dopravní zatížení, a to nejen v okolí nákupního centra.



Mezi významnou charakteristiku velkoplošných obchodů patří také počet parkovacích míst. Je tento počet stanoven nějakým předpisem?

- a) Ano, podle zákona 114/1992 Sb. musí být u každého takového obchodu minimálně 10 parkovacích míst.
- b) Ano, podle normy ČSN 736110 musí být u takového obchodu 1 parkovací místo na 20 m² plochy obchodu.
- c) Ne, každý obchod si může postavit parkovacích míst, kolik chce (nebo kolik se mu vejde).



SPRÁVNÁ ODPOVĚĎ: B

KROK č. 6

Promítněte snímek č. 7

Negativním důsledkem expanze nákupních center je i devastace přirozeného městského prostředí. To, že se obchody přesouvají na periferii, vede k vyliďování městských center. Tradiční ulice, lemované výklady, které dodávaly městům jejich ráz, postupně mizí, hlavní ulice přestávají přitahovat chodce. Přirozený ruch se tak přesouvá do okrajových čtvrtí, to má také vliv na tradiční živnostníky a celkový život města, protože na místě zkrachovalých obchodů vznikají např. herny a non stop bary.



Vylidňování center měst je urbanizační proces, kterým se zabývá geografie (zeměpis) a má také svoje odborné označení. Věděli byste, který z následujících termínů to je?

- a) aglomerace
- b) citizace
- c) metropolizace
- d) suburbanizace
- e) rurbanizace



SPRÁVNÁ ODPOVĚĎ: B



DOPLŇUJÍCÍ INFORMACE:

AGLOMERACE = seskupení měst

METROPOLIZACE = soustředování obyvatel do metropolí, které ovlivňují celé systémy měst

SUBURBANIZACE = růst příměstských zón kolem měst

RURBANIZACE = zahrnutí venkovského obyvatelstva a prostoru do města (obyvatelstvo zůstává na místě, ale přejímá městský způsob života)

KROK č. 7

Promítněte snímek č. 8

I když se může zdát, že s otevřením nového obchodu vznikají nová pracovní místa, je to pouze iluze. O práci přicházejí ti, kteří prohráli v konkurenčním boji se supermarketem, živnostníci i jejich zaměstnanci, ani samotní zaměstnanci hypermarketů nemají na různých ustláno.

Nákupní centra snižují počet zaměstnanců v prodejně třeba zaváděním automatizovaných samoobslužných pokladen. Ty jsou velmi rozšířené ve Spojených státech či ve Velké Británii, v ČR je zkušebně zavádí společnost Tesco a v plánu je má i firma Ahold. Novým fenoménem u řetězců je využívání tzv. agenturních zaměstnanců, hojně využívají jsou také brigádníci, za které nemusí řetězce platit zdravotní pojištění, apod.

Vznik nových pracovních míst bývá jedním z častých argumentů investora i některých představitelů samosprávy pro ospravedlnění výstavby nových obchodních řetězců. Bohužel, zprovoznění každé další obří prodejny má na zaměstnanost dopad spíše negativní. Kvůli tomu, že malí obchodníci nemohou vzhledem k nerovným podmínkám na trhu konkurovat velkým řetězcům, ztrácejí zákazníky a začínají propouštět zaměstnance. Řadu malých prodejců nakonec dovede cenový diktát k úplnému krachu. O práci tak přijde i část lidí pracujících v prvovýrobě a zpracovatelském průmyslu, kteří patřili mezi dodavatele menších obchodů.



Co musí splňovat dodavatel, aby se jeho zboží dostalo do regálů obchodních řetězců?

- sepsat s řetězcem smlouvu, zaplatit tzv. „vstupní poplatek“, dodávat zboží v dostatečném množství pro všechny pobočky řetězce, za cenu na nebo pod hranicí výrobních nákladů
- sepsat s řetězcem smlouvu, dodávat zboží dle objednávek jednotlivých poboček za minimální výrobní cenu
- zboží dodavatele musí splňovat podmínky garance jakosti (kvality), dodavatel musí být součástí regionální sítě malých dodavatelů, aby zajistili dostatečně velké množství zboží



SPRÁVNÁ ODPOVĚĎ: A

KROK č. 8

Promítněte snímek č. 9

Některé návrhy, jak se bránit tlaku supermarketů, jsou na tomto snímku. Lze omezit nákupy v supermarketech na nejmenší možnou míru, potraviny nekupovat v obrovském množství, do zásoby. Při nákupu v supermarketu se zajímat o původ zboží, jeho výrobce, složení. Vyhýbat se levným potravinám vyráběným z nekvalitních surovin a s použitím náhražek. Snažit se nakupovat u malého obchodníka v místě bydliště. Zajímat se o nabídku místních producentů – farmářů, pěstitelů, kteří dodávají do místních malých obchodů, nebo provozují vlastní prodej. Zajímat se o místa pořádání tradičních trhů. Aktivně se zajímat o lokální politiku, být připraven k občanské aktivitě v případě, že se radnice rozhodne pro podporu výstavby supermarketů a nepřijatelné změny v územním plánu (vyjmutí parcel z půdního fondu, což umožní následnou výstavbu).

KROK č. 9

Promítněte snímek č. 10. Na tomto snímku jsou otázky, které budou mít žáci za domácí úkol.

- Jak tvoje rodina nakupuje: kde (hypermarkety, supermarket, diskonty, místní prodejci) a jak se za nákupem přemísťuje (pěšky, autem,...)
- Jak daleko od místa bydliště leží nejbližší hypermarket/supermarket, který navštěvujete?
- Jak často tento obchod navštěvuješ a jak se sem přemísťuješ ty?
- Kdy byl tento obchod postaven? (Zeptejte se v prodejně).
- Kde a jak nakupovala tvoje rodina před tím, než byl tento obchod postaven?
- Vyhovuje ti a tvé rodině tato situace? Proč? Vadí ti na ní něco nebo je naopak výhodná?

Žáci si otázky přepíší do sešitu nebo na kus papíru a nad těmito otázkami se pobavíte na začátku příští hodiny. Vhodné je také připravit si fotomapu místa s nejbližší hypermarketem před a po jeho výstavbě, případně další informace a fotografie, které máte k dispozici. Můžete zadat také jako referát jednomu z žáků.

Zdroje:

http://brno.hyper.cz/navrh_pravidel_upmb_final.pdf

Pavla Široká: *Jak ekologicky nakupovat?*, vydalo Hnutí Duha Olomouc, 2008, dostupné na www.hnutiduha.cz

<http://hyper.cz/soubory/vystava.pdf>

<http://www.cizp.cz/%28salj1s55hqkype551gwunw55%29/default.aspx?id=1115&ido=365&sh=-1684166120>

<http://ekolist.cz/cz/zpravodajstvi/zpravy/ekohypermarket-tesca-otevren-jak-jsou-na-tom-s-ekologii-ostatni-retezce>

<http://www.ceskatelevize.cz/specially/ceskysen/hypermarket/>

<http://obyvatelstvocr.ic.cz/text/text-urbanizace.html>

Historie směny zboží

ČÍSLO MATERIÁLU:	MT3 Historie směny zboží
AUTOR:	Mgr. Josef Makoč
KLÍČOVÁ AKTIVITA:	práce s pracovním listem, skupinová práce na stanovištích
CÍLE:	rozvíjet a integrovat základní vědomosti potřebné pro porozumění sociálním a kulturním odlišnostem mezi národy, rozvíjet schopnost srovnávat projevy kultury v evropském a globálním kontextu, nacházet společné znaky a odlišnosti
ČASOVÁ DOTACE:	1 vyučovací hodina (45 minut)
POMŮCKY:	PL 1 Historie směny zboží, PR1 Počátky obchodu, repliky historických mincí, příklady zbožových peněz, ukázky historických délkových jednotek, karty Jednotky délky, karty Počítání na kusy, herní plán Historická platidla
KLÍČOVÉ POJMY:	obchodní zákoník, potlač, křížové výpravy, zahraniční obchod, nekřesťanské peníze

POPIS ČINNOSTI:

Žáci budou pracovat s pracovním listem. Budou spojovat související trojice a luštit tajenku. Dozví se při tom několik vybraných zajímavostí, které mapují vývoj obchodování a směny zboží. Pracovní list je vhodné použít v kombinaci s prezentací PR1 Počátky obchodu.

KROK č. 1 Úvodní motivace

Rozdejte žákům pracovní listy PL1 Historie směny zboží. Nechte žáky, aby si pracovní list prohlédli. Úkolem je v uvedeném pořadí přiřadit k obrázku správný titulek a vysvětlující popisek. U titulků i popisků jsou připojena písmena, ze kterých žáci, v případě správného postupu, složí tajenku.

Seznamte žáky s tématem pracovního listu. Tím jsou zajímavosti z počátků obchodování a směny zboží. Nechte žáky, aby si prohlédli ilustrace a pokuste se společně přijít na to, jakých kultur se níže uvedené zajímavosti týkají. Žáci mají za úkol si uvědomit nejrůznější souvislosti, které se jim k jednotlivým obrázkům vybaví. Pracovat můžete nad jednotlivým obrázkem společně, formou brainstormingu, nebo třídu rozdělit na pět skupin a každé přidělit na přemýšlení jeden obrázek. Skupiny později své poznatky prezentují zbytku třídy, ta je může doplňovat.



Koho, nebo co vidíte na obrázcích? Vybavují se vám při tom nějaké souvislosti?



obr. č. 1 – obchodníci před lštařinou bránou

Žáci nemusí poznat bránu, ale při pohledu na obchodníky si mohou vybavit jiné ilustrace sumerských mužů. Příběh jednoho z nejslavnějších, mýty opředeného krále Gilgameše, vládce sumerského, později babylonského města Uruku, znají ze společné čítankové četby. Babylónie byla vyspělá starověká říše, která se rozkládala na území dnešního Iráku. Fungoval v ní rozvinutý úřednický aparát a zákonodárství. Dokázány jsou i zákony upravující obchodní styk.

obr. č. 2 – fénická obchodní loď

Při pohledu na tvar lodě si někteří žáci vybaví vyobrazení lodi krále Odyssea, kterého opět znají z ukázek v čítankách. Někdo možná viděl některý z filmů o tažení Řeků proti městu Trója. Řekové se k městu stojícímu na pobřeží dnešního západního Turecka dostali právě pomocí lodí. V každém případě nás loď svým tvarem směřuje do oblasti Středomořího moře a napovídá nám, že dále budeme hovořit o zdatných mořeplavcích. Těmi byl vyspělý národ Fénicičanů, kteří podnikali odvážné obchodní a objevitelské plavby.

obr. č. 3 – indiánská slavnost

Při pohledu na obrázek č. 3 nezůstane nikdo na pochybách, že se bude dále hovořit o Indiánech. Není zapotřebí určovat, o jaký kmen se jedná, důležitá je informace, že se nacházíme na území Severní Ameriky. Zde probíhala podivuhodná slavnost, zvaná potlač. V našem prostředí toto slovo v pozmeněné variantě zdomácnělo jako označení pro setkání trampů. Tak ho budou nejspíše znát i někteří žáci.

obr. č. 4 – křižáci

Ani obrázek č. 4 nebude žákům činit potíže. Křížem označení válečníci byli křesťanští bojovníci z řad urozených i neurozených, kteří se účastnili válečných tažení, tzv. křížových výprav. Křížové výpravy vyhlášoval papež, nejprve

za účelem osvobození svatých míst spojených s křesťanstvím, jež byla v rukou nevěřících (muslimů). Šlo především o dobytí města Jeruzaléma. Další výpravy byly organizovány také proti těm, koho papež označil za kacíře (odpadlíkům, lidem vyznávajícím odlišné názory ve věcech víry). Křížovým výpravám tak později úspěšně čelili i naši husité.

obr. č. 5 – středověký zemědělec

Poslední obrázek znázorňuje muže orajícího pole pomocí volského potahu. Podle toho, jak je muž oblečen, a podle toho, že orá s volem, usoudíme, že se jedná o středověkého zemědělce. Kůň bylo zvíře drahé a vlastnili ho především šlechtici. Válečný kůň měl cenu 25 krav.

Středověká společnost byla založena na vlastnictví půdy a na hospodaření na ní. Půdu vlastnil pán i s lidmi, kteří na ní museli pracovat. Pokud někdo hospodařil na vlastním, odváděl pánovi alespoň podíly. Půdu nesměli vlastnit Židé, proto museli hledat jiný způsob obživy a to byl obchod a půjčování peněz. Zisky z obchodu se však nelíbily církvi, označovala takto získané prostředky jako „nekřesťanské“. Představy o snadném výdělku se stávaly záminkou pogromů, tj. hromadných útoků proti Židům.

KROK č. 2 Vytváření trojic

Po společné přípravě se žáci pustí samostatně, nebo ve dvojicích do hledání souvisejících trojic.



Dokážete nyní spojit související trojice a písmena v uvedeném pořadí správně zapsat tak, abyste vyluštili tajenku?



ŘEŠENÍ:

1. NEJSTARŠÍ OBCHODNÍ ZÁKONÍK – V Babylonské říši je dokázán veřejný obchod za peníze již před 4000 tisíci lety. Probíhal na tržištích u bran, přístavů a náměstí. Platilo se odváženými kousky drahých kovů s vyraženou značkou.
2. ZAHRANIČNÍ OBCHOD – Féničané byli zdatnými řemeslníky a obchodníky, kteří své zboží odvážně přepravovali po moři i souši v oblasti Středozezemního moře.
3. POTLAČ – Indiánská slavnost, při které se rozdávaly vzácné dary, někdy spojená se soupeřením v obdarovávání, či dokonce s ničením darů. Množství rozdaných nebo zničených předmětů ukazovalo na společenské postavení darujících.
4. KŘÍŽOVÉ VÝPRAVY – Díky válečným výpravám se šlechta seznamovala se vzácným zbožím – látkami, porcelánem, šperky, kořením – z východu (Orientu) a posléze je vyžadovala na svých dvorech. To podpořilo zahraniční obchod s Asíí.
5. NEKŘESŤANSKÉ PENÍZE – V křesťanské středověké Evropě se církev stavěla proti obchodu a zisku z něj. Společnost živili zemědělci a řemeslníci, kteří dodávali vlastní výrobky na dvůr feudálů.

Tajenka: CHCI, CO NEMÁM

KROK č. 3 Hravá stanoviště

Po splnění úkolů pracovního listu se třída opět rozdělí, tentokrát na čtyři skupiny, které se vystřídají na čtyřech stanovištích.

1. stanoviště – platidla

Žáci se seznámí s příklady historických platidel (rýže, obilí, čaj, kožešina, plátno) a příklady platidel používaných na našem území (replika: Pražský groš, dukát Karla IV, grešle). Úkolem skupiny je položit platidlo na správné políčko plánu, který obsahuje název platidla a krátkou informaci o něm.

Žáci si uvědomí, že obchod fungoval ještě před zavedením platidel ve formě peněz. Obchodovalo se formou směny a platilo se i přírodninami a produkty hospodářské činnosti. Platidlem se mohlo stát vše, co mělo v dané kultuře užitnou hodnotu (potraviny) nebo se těšilo obecnému uznání (mušličky).

I když jsou peníze velmi starým vynálezem, předcházely jim, ale také existovaly současně, i směnný obchod a obchod za tzv. zbožové peníze, mezi které patřily zejména kožešiny, obilí, rýže, čaj, česnek, sůl, plátno, zlomky vzácných kovů apod. Jednalo se o produkty, které se těšily všeobecné poptávce. Nevýhoda zbožových peněz spočívala v problému přepočtu, který musel být otázkou obecné zvyklosti, ale i aktuální dohody, dělitelnosti (např. rozříznutím by se kůže znehodnotila) a trvanlivosti (potraviny podléhají časem zkáze).

2. stanoviště – stvrzení obchodu podáním ruky

I náš současný občanský zákoník říká, že smlouvu, a to i smlouvu o prodeji, je možné uzavřít ústně. Tak probíhaly dohody od nepaměti. Aby se jim dodalo větší váhy, potvrzovaly se stiskem ruky. V rozdílných kulturách nacházíme nejrůznější způsoby podání ruky, které se liší způsobem úchopu, délkou stisku, potřesením, zapojením druhé ruky, při obchodních transakcích také účastí třetí osoby, která se aktuálně účastní a doteky obou účastníků dohodu stvrzuje. V mnoha zemích je stále ústní dohoda naprosto závazná a je otázkou osobní cti, a proto se nevyžaduje

její písemný záznam. Pro jiné kultury, a to především arabského světa, uzavření obchodní dohody, platí i v případě drobných obchodů na tržišti, předchází dramatické vyjednávání plné gest. Evropanům se může zdát, že se jedná o zbytečné divadlo, avšak jedná se o připomínku dob, kdy ceny zboží nebyly pevně stanoveny (i v důsledku užívání zbožových peněz) a byly otázkou vyjednávání.

Úkolem skupiny bude uzavřít ústní obchodní dohodu a vytvořit stvrzující ritualizované podání ruky, a to i s účastí nezávislého svědka, který dohodu též rituálně potvrdí.

3. stanoviště délkové míry

Kolik látky si odnesl člověk domů, když si zakoupil jeden loket? Na stanovišti žáci přiřadí popisky k různě dlouhým kouskům provázku. Popisky zachycují situaci v Čechách 15. století.

Převodní tabulka:

- 4 zrna – 1 prst
- 4 prsty – 1 dlaň
- 1 píd' – 10 prstů
- 1 loket – 3 pídě

4. stanoviště – počítání na kusy

Úkolem skupiny je správně spojit dvojice karet, kde jedna vždy obsahuje číslici a druhá historickou číslovku.

▶ ŘEŠENÍ:

- 1 – kus
- 15 – mandel
- 60 – kopa
- 12 – tucet
- 144 – veletucet
- 240 – hřivna

Jak vznikal obchod

ČÍSLO MATERIÁLU:	MT4 Jak vznikal obchod
AUTOR:	Mgr. Josef Makoč
KLÍČOVÁ AKTIVITA:	práce s pracovním listem
CÍLE:	rozvíjet schopnost srovnávat projevy kultury v evropském a globálním kontextu, nacházet společné znaky a odlišnosti a schopnost hodnotit je v širších souvislostech
ČASOVÁ DOTACE:	1 vyučovací hodina (45 minut)
POMŮCKY:	PL2 Jak vznikal obchod, PR1 Počátky obchodu Mimo obsah balíčku: mapa historického města
KLÍČOVÉ POJMY:	trh, směna

POPIS ČINNOSTI:

Žáci budou s pomocí pracovního listu přemýšlet o počátcích a důvodech vedoucích ke směně zboží a obchodování. Pracovní list je vhodné použít v kombinaci s prezentací PR1 Počátky obchodu.

KROK č. 1 Úvodní informace

V dobách, kdy se Evropa učila prosté směně zboží, jakým byly kůže, nástroje, zbraně a šperky, fungoval již ve starověkých říších – Mezopotámii, Babylónii, Egyptě či Fénicii čilý obchodní ruch s pevnými pravidly a řádem. Obchodovalo se již s použitím platidel, fungovali již předchůdci bankovních domů, ve kterých úředníci vydávali potvrzení o vložených částkách, které si jejich majitel mohl na jiném místě opět vyzvednout.

KROK č. 2 Soběstačnost člověka

Žáci se pokusí zamyslet, jakým způsobem si mohl člověk s pomocí přírodních materiálů a díky své zručnosti obstarat uvedené věci. Jedná se o příklady, nad jejichž použitím se dnes ani nepozastavíme a považujeme je za zcela samozřejmé.

Rozdejte žákům pracovní list PL1 Jak vznikal obchod. Při řešení prvního úkolu nechte žáky ve dvojicích přemýšlet, jakým způsobem, pouze za použití materiálů, které mohl člověk získat v přírodě, si byl tyto věci schopen obstarat. Nechte žáky pracovat s jejich fantazií a znalostmi. Následně porovnávejte nápady žáků s reálnými příklady.



Dokážete přijít na to, jak si mohl člověk sám opatřit následující věci?



Čepice na zimu:

Vhodným materiálem k výrobě teplé čepice na zimu je jistě kůže. Posloužit mohla kůže z ulovených zvířat, později ze zvířat záměrně chovaných. Slovem kůže se označuje materiál, který má kůži vydělanou pouze z jedné strany, z druhé se ponechá původní srst. Kůže opracovaná z obou stran se nazývá useň. V pozdějších dobách se zpracování kůže věnoval řemeslník, kterému se říkalo koželuh.

Čepice však mohla být vyrobena i z tkaniny. Např. plátna, které se vyrábělo ze lnu nebo konopí, ale také ze sukna, což byla tkanina vyrobená z vlny.



VÍTE, ŽE...

... české slovo *platit* vděčí za svůj původ právě látce – plátnu? Dávným platidlem na našem území byly právě čtvercové kousky látky, tzv. šátečky.

Jehla a nit:

První jehly se vyráběly z ostrých a tenkých úštěpků dutých kostí nebo kostí ryb a dřevěných třísek. Tyto bodce neměly ouško, sloužily pouze k proražení kůže, kterou se poté mohl provlékat spojovací materiál. Když se člověk naučil zpracovávat kov, vyráběl jehly z bronzu, později ze železa.

Jako nitě se používaly zvířecí šlachy, zejména jelení šlachy, které byly dlouhé a tenké, později se používala rostlinná vlákna – lněná, konopná, z ovčí vlny. Z těchto vláken se také tkaly již zmiňované látky.



VÍTE, ŽE...

...jehlu používal člověk již v době kamenné, to je již před 50 tisíci lety? Dokonale provedená jehla z čínského naleziště Horní jeskyně byla tenká pouhé tři milimetry.

Slazení pokrmů

V Čechách se sladilo hlavně medem, ovocem, povidly a pracharandou, což bylo sušené ovoce roztlučené na prášek. Používala se i míza z břízy nebo z javoru, sušila se mrkev nebo se rozvařovala s medem na zavařeninu, které se říkalo maz.

Cukr vyrobený z cukrové třtiny se objevil ve Střední Evropě v 15. století a byl velice drahý. V 18. století se pak k výrobě cukru u nás začala používat řepa.



VÍTE, ŽE...

...cukr byl velmi vzácnou a drahou potravinou? Používalo se ho malé množství, spíše jako koření. Na přelomu 16. a 17. století se za 100g cukru platilo jako za tři voly.

Nádobí

Také nádobí si člověk uměl vyrobit sám. Používal nádoby vydlabané ze dřeva, ze sušené, později vypalované hlíny. Nádobí označované jako keramické bylo vyrobené z vypálené hlíny. Nákladnější bylo nádobí cínové, k výrobě se používal cín, měkký kov získaný tavením rudy cínovce. Mezi vzácnosti patřilo nádobí z porcelánu, jehož výroba je technologicky náročná. Porcelán vznikne vypalováním jílu. Jedná se o Čínský vynález starý téměř 3 tisíce let.



VÍTE, ŽE...

...Evropanům se podařilo rozluštit tajemství výroby porcelánu až v roce 1708?

Pití

Základem byla a je voda. Zajímavé však je, že lidé upřednostňovali vodu z potoků a řek, tu označovali jako vodu živou. Voda ze studní byla voda mrtvá. Lidé znali od pradávna také výrobu čajů z bylin. Za velké umění se považovala znalost výroby ovocných šťáv. Významný podíl v přísunu tekutin pro člověka znamenaly polévky. Polévka se často jedla jako první denní jídlo. Mléko se spíše než ke konzumaci v tekuté formě používalo k výrobě másla a sýrů.

Velkého podílu v příjmu tekutin dosahovaly nápoje s nižším obsahem alkoholu jako pivo, víno, kvas a medovina. Někdy se uvádí, že průměrná denní spotřeba piva a vína se pohybovala v rozmezí tří až čtyř litrů na osobu.

zdroj: Beranová, M. Jídlo a pití v pravěku a ve středověku, Praha, Academia, 2007



VÍTE, ŽE...

...slovem pivo se dříve označovalo vše, co se dalo pít? Teprve později se význam slova zúžil na alkoholický nápoj vyrobený z chmele a obilného sladu.

KROK č. 3

Vzácné zboží

Úkol č. 2. Nyní mohou žáci pracovat ve větších skupinách po čtyřech a šesti žácích. Motivujte je tím, že se mohou vžít do role kupců, kteří přiváží vzácné zboží z ciziny. Úkolem skupin bude takové zboží popsat. Jako nápověda mohou sloužit historické příběhy – románové, filmové, ale i pohádkové příběhy, ve kterých bývají cennosti a poklady zmiňovány při popisu honosnosti nějakého prostředí, divů, pokladů, odměny pro hrdiny apod.



Jaké zboží bylo dříve považováno za vzácné?



PŘÍKLADY: Drahé kovy a nerosty, jantar (zkamenělá pryskyřice), alabastr, perly, slonovina, ušlechtilé dřeviny (mahagon), koření (cukr, sůl, skořice, kurkuma, pepř), myrha (sušená míza afrického stromu myrhovníku), látky (hedvábí, brokát, látky vzácných odstínů, jako purpur), technologicky náročné výrobky (šperky, kvalitní zbraně, porcelán, papír).

Vzácné zboží bylo takové, které si člověk z nejrůznějších důvodů nedokázal vyrobit nebo obstarat sám. A to v důsledku klimatických a geografických podmínek (např. koření, jantar), neznalosti technologických postupů výroby (např. porcelán, hedvábí, barvené látky – purpur, šarlat, nástroje a šperky ze slitin kovů), rozmístění nalezišť (např. drahé kovy, rudy, sůl).



Jak mohl člověk takové zboží získat?



Člověk si mohl takové výrobky opatřit směnou nebo koupí. Ekonomové říkají, že počátky směny zboží spočívají v tom, že člověk začal shromažďovat věci do osobního vlastnictví. Některé věci pro něj byly užitečné, jiné méně. O ty s nižší užitnou hodnotou se byl ochoten podělit, případně je směnit za věci, které pro něj naopak užitnou hodnotu představovaly. Proto nebyla na počátku směny pevně stanovena hodnota věcí. Odvíjela se od konkrétní situace a potřeb účastníků transakce.

Za vzácné bylo považováno zboží, které nebylo lehce dostupné. Jeho vysoká cena byla dána také tím, že se muselo obtížně dovážet z dalekých zemí, což byl nebezpečný podnik. Dovozem zboží se zabývali kupci. Tato skupina lidí se během středověku vypracovala na významnou společenskou vrstvu ovládající mnohá města.

KROK č. 4 Směna zboží

Při řešení úkolu č. 3 budou žáci pokračovat v práci ve skupině. Budou přemýšlet o tom, jak probíhala směna zboží v historii.



Kde se v dřívějších dobách směna zboží odehrávala?



Směna zboží se mohla uskutečnit kdekoli, kde se setkali lidé, kteří něco potřebovali a byli schopní za to něco nabídnout. Ve větším měřítku se směna odehrávala při příchodu kupců. Kupecké stezky jsou doloženy již v období pravěku. Protože cestování bylo náročné a nebezpečné, k výměně zboží začalo docházet na výhodných místech, jako byly křižovatky, přístaviště u vodních toků, větší osady a města. Za účelem hromadné směny a prodeje zboží se počaly organizovat trhy. Ty se konaly pravidelně, aby jejich účastníci věděli, kdy se mohou trhu účastnit. Velké trhy se později konaly i ve dnech významných svátků. S rozvojem měst a řemesel vznikaly i obchody, kde řemeslníci nabízeli své výrobky.

KROK č. 5 Obchodování a výroba v místních názvech

Závěrečný úkol mohou žáci začít řešit v již utvořených skupinách a po prezentaci nápadů skupin jej následně dokončit společnými silami celé třídy. Jako volitelnou pomůcku přitom můžete dát každé skupině mapku historického jádra vašeho, nebo většího města v okolí vaší školy. Mapy získáte v turistickém informačním centru, či na internetu. Při zkoumání mapy mohou žáci získat nápořadu v podobě názvů náměstí, ulic, historických staveb apod.

Vyučovací hodinu můžete také realizovat v počítačové učebně. V tomto případě můžete každé skupině zadat jiné město vašeho regionu, nebo takové město, k němuž má někdo ze skupiny vztah, a jednotlivá pátrání pak porovnávat.



Dokážete odhalit, které z místních názvů užívaných ve vašem městě mají vztah k obchodu a řemeslům?



Samo slovo trh má nejasný původ. Jazykovědci nevyklučují jeho převzetí z asyrsko – babylonského slova tamgaru, jehož význam byl „kupec“. Naši slovanští předkové používali slovo torg, které znamenalo „obchodování“.

Slovo „trh“ dalo název italskému městu Terst nebo finskému Turku. U nás nalezneme města a obce s názvy jako Trhové Sviny, Trhový Štěpánov, Trhová Kamenice, Trhanov, dále náměstí s názvy Koňský trh (tak se dříve jmenovalo i dnešní Václavské náměstí v Praze), Ovocný trh, Zelný trh, Uhelny trh, Dobytčí trh, Tržní náměstí. V místních názvech jsou velmi hojně zastoupena také řemesla. Ulici, náměstí, věž nebo baštu, která odkazuje ke starým řemeslům, najdeme v každém starobylém městě. Zde je několik příkladů řemesel, se kterými se můžeme potkat v místních názvech – platněř (druh kováře), hrnčič, soukeník, punčochář, kloboučník, koželuh, jirchář (druh kožešník), provazník, pekař, krupař, brtník (druh včelaře), lazebník či bradýř (holič a chirurg v jedné osobě), kolář, forman (povozník). V názvech se mohou objevit i výrobky samotné např. obilí (žito), calta (pečivo), maso (masné krámy, masná ulice), slad apod.

V mnoha městech nalezneme i hostinec s názvem Kocanda, což bylo označení pro trh na předměstí, odtud i název pro příměstské hostince.

Samozásobování

ČÍSLO MATERIÁLU:	MT5 Samozásobování
AUTOR:	Mgr. Josef Makoč
KLÍČOVÁ AKTIVITA:	práce s pracovním listem, skupinová práce, prezentace
CÍLE:	rozvíjet schopnost srovnávat projevy kultury v evropském a globálním kontextu; učit porozumění vlivu ideologických a sociopolitických rozdílů na vznik a řešení globálních problémů; učit vnímat důsledky lidských činností na prostředí; seznamovat s principy trvale udržitelného rozvoje; přispívat k poznávání a chápání souvislostí mezi vývojem lidské populace a vztahy k prostředí v různých oblastech světa; pomoci pochopit souvislosti mezi lokálními a globálními problémy a vlastní odpovědností ve vztazích k prostředí
ČASOVÁ DOTACE:	1 vyučovací hodina (45 minut), v případě plnění rozšiřujících aktivit 2 vyučovací hodiny (90 minut)
POMŮCKY:	PL 3 A–D Samozásobování Mimo obsah balíčku: sklenička, lžička, kuchyňská sůl
KLÍČOVÉ POJMY:	rovnováha ekosystému, trvale udržitelný rozvoj, ekologická katastrofa

POPIS ČINNOSTI:

Žáci budou pracovat ve čtyřech skupinách, každá ze skupin při tom využije jednu verzi pracovního listu. Úkolem žáků bude správně sestavit osnovu daného příběhu a připravit krátkou prezentaci problému pro ostatní spolužáky.

V případě, že je to technicky možné, realizujte tuto vyučovací hodinu v počítačové učebně, nebo ve školní knihovně. Pro každou skupinu je také zařazena rozšiřující aktivita, jejíž plnění závisí na rozhodnutí vyučujícího. Pokud se aktivitu rozhodnete zařadit, budou ji žáci prezentovat ostatním, stejně jako u aktivit z pracovních listů.

KROK č. 1

Úvodní informace

Rozdělte žáky do čtyř skupin. Každé skupině rozdejte jinou verzi pracovního listu. Úkolem je nejprve správně seřadit jednotlivé části osnovy příběhu. Skupiny si následně připraví vlastní prezentaci. Příběh vypráví vlastními slovy, v žádném případě nečtou věty z pracovních listů. Každá verze pracovního listu ještě obsahuje doplňující otázky k tématu. Skupina se společnými silami pokusí tyto otázky zodpovědět a následně informovat ostatní. Pokud máte možnost využít vhodnou literaturu, nebo internet, dejte při řešení doplňujících úkolů žákům tuto možnost.

KROK č. 2

Řešení pracovních listů a rozšiřující aktivity

Příběh 1



ŘEŠENÍ ÚKOLU Č. 1:

Měli jsme svoje pole a pastvinu, pěstovali jsme obilí, zeleninu, kozy na maso a mléko.

Pak nám ale nabídli, abychom raději na všech pozemcích pěstovali kávu, že nám to přinese peníze.

Nyní máme peníze za kávu, ale chléb, zeleninu i maso si musíme kupovat. Můžeme si ale kupovat i colu!

Plantáž nám spotřebovává všechnu vodu, kterou si za peníze koupit nemůžeme.



INFORMACE K PŘÍBĚHU

Život afrického zemědělce není jednoduchý. Jedná se o neustálý zápas s povětrnostními podmínkami, nedostatkem vody, erozí půdy, ústupem vegetace a rozšiřováním pouště. O tom se přesvědčili i evropští kolonisté, jejichž pokusy s budováním plantáží s bavlnou, nebo plantáží podzemnice olejné v minulosti zkrachovaly.

Křehkou přírodní rovnováhu, která v minulosti zaručovala místním obyvatelům přežití, si zoufalí zemědělci, pod přísliby lepší budoucnosti, ničí svou vlastní činností. Pod vidinou zisku z hospodářské činnosti se vrhají do těžby dřeva, se kterým stát obchoduje, to vede ke zvýšené erozi půdy. Zatěžují své pastviny velkým příliš početnými stády dobytka, který pak prodávají na maso. Nové pastviny se získávají také kácením lesa. Velká stáda však

spásají veškerou vegetaci, což opět prohlubuje znehodnocování půdy. Pěstují ve velkém podzemnici olejnou, kávu, kakao, což spotřebovává veškerou vodu a vyčerpává půdu. Ve chvíli, kdy je půda znehodnocená, nezůstává rolníkům, než se přesunout do města a tam hledat nové uplatnění. Což je však velmi složité.

+ ROZŠÍŘUJÍCÍ AKTIVITA: Pomoc mezinárodní nevládní organizace

Informujte skupinu o tom, že situaci v nejchudších státech světa pomáhají řešit mezinárodní nevládní organizace. Nechte žáky pracovat v roli členů organizace, která plánuje pomoc africkým zemědělcům. Jak bude taková pomoc vypadat? Žáci ostatním představí návrhy, o kterých jsou přesvědčeni, že budou pro místní obyvatele přínosem.

▶ ŘEŠENÍ:

Osvěta – seznamování s ekologicky šetrnými technologickými postupy, návrh vhodné skladby pěstovaných plodin, postupy k zamezení eroze půdy, používání odolných druhů plodin, pomoc se založením družstva pro spravedlivý obchod. Jako neúčinná se jeví jednorázová finanční pomoc.

Příběh 2

▶ ŘEŠENÍ ÚKOLU Č. 2:

Předkové žili spokojeně a Matka Země jim dávala vše, co potřebovali.

Předkové nečinili nic, co by mohlo Matce Zemi ublížit. Pak přišel bílý muž a předkové museli opustit svou zem.

Předkové se museli přestěhovat na určená místa, kde se jim už tak dobře nedařilo. Mnoho předků zemřelo na cestě vyčerpáním a později i na novém místě steskem po domově.

Nakonec bílý muž uznal svou chybu a dal nám, potomkům slavných kmenů, peníze. Já sám nemusím nic dělat, mám peníze od bílého muže, všechno si mohu koupit, i tolik ohnivé vody, kolik chci.



INFORMACE K PŘÍBĚHU

Původní obyvatelé Severní Ameriky tvrdě doplatili na střet s evropskými kolonisty. Původní obyvatelé se živilí lovem, sběrem a zemědělstvím. Protože neuměli orat, ani nepoužívali zvířata, dá se říci, že spíše zahradničili. Základem indiánského zemědělství byly tři plodiny, někdy je Indiáni označovali jako tři sestry. Byla to kukuřice, fazole a dýně. Tyto rostliny pěstovali společně na jednom políčku a využívali jejich odlišných vlastností. Dýně rostly u země a na kukuřici se pnuly fazole. Díky nepříteli hustému osídlení a dodržování zásad, které dnes znovuobjevujeme jako principy trvale udržitelného života, byly indiánské komunity zcela soběstačné.

Po příchodu bílých kolonistů přichází do života původních obyvatel zmatek. Indiáni se seznamují s vynálezy moderního světa, z neznalosti uzavírají s kolonisty nevýhodné obchody a smlouvy, prodávají svou půdu, protože nechápou možnost jejího osobního vlastnictví, někdy dobrovolně, někdy po boji ztrácí svou zem a jsou postupně odsunováni do vyhrazených oblastí. Seběmenší porušení dohod mezi Indiány a vzniklou vládou USA bylo bráno jako záminka k útokům armády. Indiáni byli vytlačeni do rezervací a neúrodných oblastí. Za to dostávali od vlády potravinové přiděly. Zde Indiáni propadali závislostem na alkoholu a sužovaly je civilizační nemoci.

Po druhé světové válce byl zahájen nový plán na jejich začlenění do společnosti. Indiáni byli stěhováni do měst, kde skončili bez práce a závislí na omamných látkách. Indiánská města a ghetta se rychle stala nejchudšími oblastmi USA s až 80% nezaměstnaností. Později byly indiánům žijícím v rezervacích přiznány sociální dávky jako odškodnění. Ani ty však většinou radost nepřinesly. Způsobily další prohlubování závislosti, apatii, neschopnost žít normálním životem.

V dnešní době tvoří původní obyvatelé pouhé jedno procento obyvatelstva USA. Ti dostávají od vlády nejrůznější kompenzace, např. současná legislativa prezidenta Obamy schválila celkem 2,5 miliardy dolarů za „nehospodárné využívání země prvňáckých Američanů“ a přehodnocení v minulosti uzavřených nevýhodných smluv. Tyto prostředky budou využity pro pomoc při vytváření pracovních míst, vzdělávací programy a zdravotnictví.

+ ROZŠÍŘUJÍCÍ AKTIVITA: Indiánská moudrost

Úkolem skupiny bude ostatním žákům sehrát divadelní výstup na téma indiánské moudrosti.

Indiánský dědeček vysvětluje svému chlapci, že se nevyplácí shromažďovat více, než kolik toho člověk skutečně potřebuje ke svému životu. Pro názornost pak uvádí chování včel, které v dutém stromu ukrývají med. Nakonec však přijde medvěd nebo Indián a o med je připraví.

Žáci si příběh připraví ve formě pantomimy. Na začátku může jeden z nich výstup krátce uvést a seznámit třídu s úkolem, kterým je rozpoznání účinkujících postav (včely, medvěd, Indián) a odhalení významu poselství příběhu. Aktivita je volně inspirována knihou Forresta Cartera Škola Malého stromu.

Příběh 3
ŘEŠENÍ ÚKOLU Č. 1:

Mám svou farmu, kde pěstuji obilí, zeleninu, sám sad a také pěstuji krávy i kozy na mléko.

Snažím se používat minimum chemických hnojiv a postřiků. Jsou drahé a nevyplatily by se mi. Hnojím vlastním hnojem od krav.

Místní i přespolní ví, že mám dobré ovoce, zeleninu a mléko a chodí si ke mně nakupovat. Chataři si vozí mléko dokonce s sebou domů do města. Mou největší pýchou jsou domácí sýry.

Moje výrobky ale nemohu dodávat nikam do větších okolních obchodů, protože patří do sítě řetězců, které požadují týdně takové množství, které nejsem schopen vyrobit, a také nabízí za výrobky cenu, která je nižší, než jsou náklady na poctivou výrobu.


INFORMACE K PŘÍBĚHU

Ačkoliv se v současné době zvyšuje poptávka po kvalitních a zdravých potravinách, mají drobní výrobci těžkou pozici. Díky přísným normám nemohou produkty svého hospodářství jen tak zpracovávat na konečné výrobky a obchodovat s nimi. Ačkoliv by také mohli ovoce, zeleninu, brambory apod. dodávat do místních obchodů, většinou to nejde. Obchody jsou totiž ve vlastnictví jedné společnosti, která má sjednané své velkododavatele. Do místních obchodů výrobky putují z centrálních velkoskladů. Tím se neúnosně zvyšuje dopravní zatížení.

Farmáři tedy prodávají své produkty zpracovatelským závodům, které jim za ně nabízí určitou výkupní cenu. Ta rozhodně neznamená pro farmáře velký zisk, protože sami zpracovatelé jsou pod velkým tlakem svých odběratelů, aby dodávali co nejlevnější výrobky. Těmi jsou právě vlastníci řetězců velkých obchodů, kam chodí většina lidí nakupovat. Lidé tam chodí právě proto, aby si co nejlevněji nakoupili. Řešení problému má tedy v rukou sám zákazník. Pokud se totiž nebude zajímat pouze o cenu výrobku, ale také o to, kde, kým, za jakých podmínek a z čeho byl vyroben, budou muset i řetězce změnit svou politiku. Jinak se budou dál prodávat brambory dovezené letadly, loděmi a nákladními auty přes celou zeměkouli, nebo uzeniny bez přítomnosti masa.


ROZŠIŘUJÍCÍ AKTIVITA: Jak se vyrábí levné výrobky

Úkolem skupiny je určit, pomocí jakých levných přísad se dají nastavovat výrobky z masa (párky, šunka), mléka (tavené sýry, jogurty) a med.

ŘEŠENÍ:

do párků se přidává: rostlinný tuk, bramborový škrob a cukr

do šunky se přidává: bramborový škrob

do sýrů: rostlinný tuk

do jogurtů: bramborový škrob a bramborová vláknina

do medu: kukuřičný škrob a sirup

Příběh 4
ŘEŠENÍ ÚKOLU Č. 4:

Můj děd i otec byli rybáři. I já jsem býval rybářem.

Rybařili jsme ve vodách Aralského jezera, kterému se také někdy říkalo moře, protože bylo tak obrovské a voda v něm slaná. Jezero napájely dvě řeky – Amudarja a Syrdarja.

Potom napadlo vládu, že vodou z řek začne zavlažovat obrovské plantáže s bavlnou, které přinesou zemi velké peníze. A tak voda z řek proudila do desítek zavlažovacích kanálů, ale do jezera jí přitékalo už jen málo.

Hladina v jezeře začala klesat, protože vody přitékalo stále méně. Jak v jezeře ubývalo vody, tak byla zbylá voda stále slanější. Po nějakém čase začaly hynout ryby, protože v takové vodě nedokázaly žít. Dnes je vodní hladina vzdálená 80 kilometrů od naší staré vesnice, kde už nikdo nežije. Jen vítr roznáší do okolí tuny slaneho prachu.


INFORMACE K PŘÍBĚHU

Zánik Aralského jezera by se měl stát pro lidstvo varováním, jak může neuvážený zásah nevratně narušit přirozenou rovnováhu oblasti a způsobit ekologickou katastrofu.

Aralské jezero, někdy též nazývané moře, leží na hranicích Kazachstánu a Uzbekistánu. Jezero zásobovaly vodou dva velké toky – řeky Amudarja a Syrdarja. Jezero nemá žádný odtok, rovnováha byla způsobena tím, že se z jezera každoročně odpařilo přibližně stejné množství vody, které do něj přivedly řeky a kolik jí napršelo.

Břehy jezera nebyly nikdy příliš osídlené. Místní obyvatelé se živilí především rybolovem a chovem dobytka. V roce 1954 přišla ale komunistická vláda tehdejšího SSSR s nápadem, vybudovat obrovské plantáže s bavlnou. Kvůli nedostatečným srážkám v oblasti bylo nutné vyhloubit desítky zavlažovacích kanálů, do kterých se svedla voda z obou zmiňovaných toků. Tím ale začala hladina voda v Aralském jezeře klesat. Druhým závažným problémem začalo být její znečišťování umělými hnojivy a postřiky, které přinášela zbývající voda z plantáží. Projekt, který měl přinést oblasti prosperitu a státu bohatství, se ukázal postupem času jako ekologická katastrofa obřích rozměrů. Během 50 let klesla hladina vody v jezeře o více než 20 metrů a vzdálila se původním břehům o 80 kilometrů. Zbývá voda je osmkrát slanější, než je voda v oceánech. Drasticky v ní také stoupá koncentrace chemických látek splavovaných z plantáží. To vše způsobilo vymření ryb. Místní obyvatelé tak přišli o svou obživu, protože rozšiřující se solná poušť, ze které navíc vítr roznáší do okolí slany prach, znemožňuje i další zemědělskou činnost.

+ ROZŠÍŘUJÍCÍ AKTIVITA: **Nasycený roztok**

Skupina předvede spolužákům jednoduchý fyzikální pokus s nasycováním roztoku. I když jsou absorpční a samočisticí schopnosti přírody velké, nemůžeme ji zatěžovat nekonečným množstvím cizorodých a jedovatých částic. Pro ukázkou bude sloužit situace Aralského jezera, které je zamořeno chemickými látkami a vysokou koncentrací soli.

Skupina naplní z poloviny malou skleničku vodou. Za stálého míchání do ní bude přidávat po lžičkách kuchyňskou sůl. Po určitý čas se bude sůl ve vodě rozpouštět a voda bude průzračná. Avšak bude se zvyšovat slanost vody. V jednu chvíli se voda stane již nepoživatelnou, avšak bude stále schopna přijmout další sůl. Ovšem po přidání dalšího množství se sůl přestane rozpouštět. Koncentrace soli ve skleničce je již tak velká, že roztok již další nepřijme. Po ukončení pokusu nemusíte roztok ze skleničky vylévat. Můžete několik dní nechat vodu odpařovat a pozorovat vznikající solný sediment. Napodobíte tak situaci na Aralu.

Mezi regály

ČÍSLO MATERIÁLU:	MT6 Mezi regály
AUTOR:	Mgr. Kristina Zůbková
KLÍČOVÁ AKTIVITA:	návštěva supermarketu
CÍLE:	Žáci se seznámí s marketingovými strategiemi prodeje zboží.
ČASOVÁ DOTACE:	2 vyučovací hodiny (1 x 90 minut)
POMŮCKY:	Karty Role, karty Doplnující úlohy, PL4 Od regálu k regálu
KLÍČOVÉ POJMY:	supermarket, nakupování, zboží

POZNÁMKA:

Následující aktivita navrhuje učitelům jít se žáky na průzkum supermarketu. Pokud je pro vás tato varianta nevhodná, průzkum supermarketu můžete žákům zadat jako domácí úkol, případně můžete použít přiložený plánec fiktivního obchodu, který je připraven ke stažení na webových stránkách projektu www.evvoluce.cz.

Tato varianta je možná i v případě, že se ze strany supermarketu blízkého vaší škole setkáte ze strany vedení obchodu s nepochopením a aktivita vám bude znemožněna.

KROK č. 1

Třídu rozdělte do skupin po čtyřech nebo po třech žácích. Nechte žáky, ať se rozdělí do skupinek, jak chtějí, neboť různorodost skupin není na škodu.

Každá skupina vyšle svého zástupce, který si z karet Role vylosuje jednu, která určí roli jejich skupiny. Na kartách jsou tyto role:

- Rodina – Nákup pro rodinu na celý týden, limit 1500 Kč,- na rodinu
- Spolužáci – Nákup na čtyřdenní výlet, limit 600 Kč,- na 4 osoby
- Kamarádi – Nákup na oslavu narozenin, limit 800,- Kč
- Rodina – Nákup na víkend strávený na chatě, limit 500,- Kč

Žáci si ve skupinách rozdělí své role podle karty, kterou si vylosovali. Rozdělení rolí ponechte opět na žácích. Zasáhněte pouze v případě, že v některé skupině budou problémy.

Rozdejte do každé skupiny jeden pracovní list PL4_Od regálu k regálu a nechte žáky vyplnit úkol č. 1 – nákupní seznam. Každá skupina napíše seznam věcí, které mají v obchodě nakoupit, aby měli vše, co potřebují.

Upozorněte žáky, že finanční limit, který mají, není příliš štědrý a musí se zamyslet nad tím, co opravdu potřebují a co ne. Odhadované ceny pak žáky nechte zapisovat do druhého sloupečku tabulky v úkolu č. 1 v pracovním listě PL4 Od regálu k regálu.

Mají-li žáci tendenci psát na seznam věci, které si koupit nemohou, jako například alkohol nebo cigarety, upozorněte je, že tyto věci koupit prostě nemohou, neboť jim ještě nebylo 18 let.

Seznam nákupu je limitován počtem patnácti řádků v tabulce na úkol č. 1. Počet položek nákupu tedy nemůže být vyšší. Jedna položka jsou například rohlíky, 10 rohlíků stále platí jako jedna položka.

Před samotnou návštěvou obchodu žákům připomeňte pravidla chování, jak cestou, tak v obchodě samotném.

V obchodě budou žáci plnit úkol číslo 2 a 3 z pracovního listu PL4 Od regálu k regálu.

Nyní se vydejte se žáky do blízkého supermarketu. Žáci budou nakupovat tak, že do svých pracovních listů budou zakreslovat, kde je v obchodě umístěná jejich položka z nákupního seznamu a do tabulky budou zapisovat skutečnou cenu.

Před samotným vstupem do supermarketu dejte každé skupině jeden nebo dva doplňkové úkoly, který mají v PL Od regálu k regálu vypracovat pod číslem 3.

Během pohybu v supermarketu si žáci všímají všeho, co je v obchodě odrazuje od nakupování. Co se jim nelíbí nebo naopak, co vnímají jako příjemné a nákup jim to zlehčuje. Dejte žákům přiměřený čas na vyhledání všech položek, dle velikosti obchodu doporučujeme 15–20 minut a po uplynutí doby se sejděte na předem určeném místě u obchodního domu.

Po návratu do třídy ved'te se žáky diskuzi. K jejímu rozproudění poslouží doplňující úlohy z úkolu č. 3 v PL4 Od regálu k regálu. S pomocí těchto úkolů si se žáky shrnete praktiky obchodních řetězců.

+ DOPLŇKOVÉ ÚLOHY:

Hudba v obchodě
Umístění zboží v obchodě
Umístění zboží v regálu
Umístění prodejních pultů

Osvětlení prodejních pultů a mrazáků
Zrcadla, proč asi?
Velikost nákupního košíku
Poloha, dostupnost a okolí obchodu

Hudba v obchodě – Hudba v prodejně nemusí být vždy zcela náhodná. Průzkumy totiž ukázaly, že jejím prostřednictvím je možné ovlivňovat nakupující. Zatímco pozvolné rytmy svádí k pomalejší chůzi, rychlejší tempo nevědomky vede k ráznějšímu nákupu. Chce-li spotřebitel sám regulovat způsob, jak bude poslouchanou hudbou ovlivňováno jeho nákupní chování, může si vzít walkman či MP3 přehrávač a do něj si vložit vhodný zdroj hudby. Bude-li rytmus hudby rychlejší, tak zrychleným nákupem spíše ušetří. Starší spotřebitelé, kteří zřejmě nebudou nosit sluchátka, by si tuhle manipulaci měli uvědomit a naučit se jí nepodléhat.

Umístění zboží v obchodě – Ve většině moderních prodejen je zvykem umisťovat potraviny denní spotřeby do nejdálčenějšího rohu prodejny. Prodávající tak má zaručeno, že spotřebitel projde celý obchod při cestě pro čerstvé pečivo, a velkou šanci, že do košíku přihodí i další zboží. Nejspolehlivější obranou proti tomuto triku je starý dobrý papírek s plánovaným nákupem. Sortiment je v obchodech rozmístěn tak, že nejběžnější produkty (v potravinách pečivo a mléčné výrobky) jsou až úplně vzadu. Je to schválně, protože obchodníci počítají s tím, že při cestě zaujme i další, původně neplánované zboží.

Umístění zboží v regálu – Dlouhodobé průzkumy chování spotřebitelů ukázaly, že spotřebitelé nejvíce kupují zboží, které mají ve výšce očí. Proto právě tam prodávající umisťují nejdražší výrobky nebo výrobky prodávané s největším ziskem. Pokud se spotřebitel podívá i do nižších a vyšších regálů, má možnost nakoupit výhodněji.

Osvětlení prodejních pultů a mrazáků – Prodejní pulty a mrazáky jsou osvětlené speciálním světlem, které má za úkol upoutat pozornost zákazníka a představit mu zboží co nejlákavěji. A tak se není čemu divit, že maso vypadá na prodejním pultu vždy šťavnatěji a čerstvěji než doma.

Zrcadla, proč asi? – Ta hrají velkou roli. Nad regály působí jako dokonalý koncentrátor – nabídka výrobků vypadá větší a bohatší než ve skutečnosti. V kabinách, kde si lidé zkoušejí textilní zboží, zase zrcadla zeštíhlují a posunují vzhled blíže k ideálu – to proto, aby si lidé připadali v kalhotách hezky a... šup s nimi do vozíku!

Velikost nákupního košíku – Vzhled a rozměry nákupních vozíků také ze všech stran zkoumali psychologové. Zjistili, že když do prodejen dají obrovské košíky, lidé je podvědomě začnou zaplňovat. Nikdo z nás totiž nechce přijet ke kase s vozíkem velikosti lodního kufru a pak z něj vytáhnout pět rohlíků a kousek salámu...

Prodejní pulty u pokladen – Zboží umístěné kolem pokladen je dalším trikem útočícím na peněženku spotřebitele. Kupující, který zde stojí frontu, těžko odolává umístěné nabídce sladkých dobrot, šikovně zde rozmístěných a uchyluje se k impulzivnímu nákupu. Obzvláště ztíženou pozici mají nakupující s malými dětmi. Ve frontě mnoha lidí mají zvýšenou potřebu vyhovět dítěti, i když už třeba mají v košíku mnoho zdravějších dobrot z regálů ovoce a zeleniny.

Poloha obchodu, dostupnost obchodu, okolí obchodu – Nové prodejny nákupních řetězců stále zabírají nezastavěné plochy a zemědělskou půdu a podílí se na nekontrolovaném rozšiřování měst do krajiny. Výstavba nákupních zařízení se dostává do konfliktu s ochranou přírody a krajiny a způsobuje nemalé nárůsty intenzit automobilové dopravy. Velkoplošné prodejny se navíc nesnaží zapadnout do okolní zástavby a také často zhoršují kvalitu bydlení ve svém okolí.



DOPLŇUJÍCÍ INFORMACE:

Supermarket je samoobslužná prodejna s nabídkou převážně potravinářského zboží denní potřeby a s doplňkovým nepotravinářským zbožím (drogerie, tisk). Zvýšený důraz se klade především na nabídku čerstvého zboží. Prodejní plocha supermarketů se pohybuje v rozmezí od 400 do 2500 metrů čtverečních.

Hypermarket je samoobslužná velkokapacitní prodejna nebo obchodní dům s širokou nabídkou potravinářského a nepotravinářského zboží pod jednou střechou, s prodejní plochou větší než 2500 metrů čtverečních.

Více informací v úvodní metodice MT2 Supermarkety

Zdroje:

<http://www.ekobrana.cz/index.shtml>

<http://cs.wikipedia.org/wiki>

http://www.chelemendik.sk/9_triku_abyste_vic_nakupovali_209542724.html

Nakupování je zábava

ČÍSLO MATERIÁLU:	MT7 Nakupování je zábava
AUTOR:	Mgr. Josef Makoč
KLÍČOVÁ AKTIVITA:	práce s pracovním listem
CÍLE:	rozvítet schopnost srovnávat projevy kultury v evropském a globálním kontextu, nacházet společné znaky a odlišnosti vede k pochopení významu a nezbytnosti udržitelného rozvoje jako pozitivní perspektivy dalšího vývoje lidské společnosti
ČASOVÁ DOTACE:	1 vyučovací hodina (45 minut)
POMŮCKY:	PL5 Nakupování je zábava
KLÍČOVÉ POJMY:	supermarket, nákupní centrum

POPIS ČINNOSTI:

Žáci budou pracovat s pracovním listem. Budou přemýšlet o nakupování jako o novodobém kulturním a sociálním fenoménu. Kriticky se zamyslí nad svým postojem k němu.

KROK č. 1 Úvodní informace

Nakupování ve velkých obchodech je fenoménem současnosti. V okrajových čtvrtích měst, ale i městeček rostou typizované montované stavby nepřírodných rozměrů. Lákají zákazníky k nákupům, ale i k příjemně strávenému času. Stále více lidí v návštěvách takového zařízení nehledá jen potřebné zboží, ale zábavu, relaxaci, způsob naplnění volného času. Návštěva velkého obchodu se pro rodinu stává událostí, na kterou se společně dopředu připravují, vymýšlí strategii a doplňkový program, který v obchodě uskuteční.

Mohli bychom to chápat tak, že obchodníci, kteří taková zařízení provozují, nabízejí vzorné služby, které zákazník dokáže ocenit, a proto mají obchody zasloužený úspěch. Skutečnost je ale trochu jiná. Každý, kdo do takového obchodu vstupuje, začne svádět boj s celou řadou opatření, která obchod zavedl na základě vědeckých poznatků o lidské psychice a chování. Dokud nebude veřejnost dostatečně informována o všech praktikách, které tyto obchody zavádějí, bude situace připomínat zdánlivou hloupost vos, které se nechají nalákat na sladkou šťávu do láhve. Poté, co prolezou úzkým hrdlem, nejsou již schopny nalézt cestu zpět a ve sladké tekutině se po marném boji nakonec utopí. Podobně nerovný boj svádí i neinformovaný zákazník. Proto musíme žákům poskytnout informaci, která jim v případě, že se rozhodli vstoupit do dveří supermarketu, pomůže nalézt i bezpečnou cestu ven.



Motivujte žáky moderovanou diskuzí na téma nakupování a supermarkety. Pokládejte jim otázky typu:

Nakupuješ rád/ ráda? Při jaké příležitosti?

Líbí se ti velké obchody? Proč do nich chodíš?

Stalo se ti někdy, že jsi šel sám, nebo s kamarády do obchodu, protože jste neměli jiný program?

Vadí ti v něčem supermarkety? Pokud ano, vysvětli, v čem.

KROK č. 2 Názory na nakupování v supermarketu – skupinová práce

Rozdělte třídu na tři skupiny. Zástupce každé skupiny si vylosuje jedno tvrzení na kartě Názory na nakupování v supermarketu. Tato tvrzení jsou totožná s těmi, která budou mít žáci později na výběr v pracovním listě.

Oznamte skupinám, že nyní jsou zastánci určitého názoru na nakupování ve velkých prodejnách. Jejich úkolem je shromáždit argumenty, kterými budou vylosováný názor před ostatními obhajovat. Skupina si společnými silami připraví prezentaci. Pro inspiraci a snadnější shromažďování argumentů nabídněte žákům tato kritéria:

- čas strávený v obchodě,
- pestrost zboží,
- dostupnost obchodu z pohledu chodce,
- otevírací doba, ceny,
- kvalita zboží,
- prostředí obchodu,
- doplňkové služby apod.

Část výčtu můžete zapsat pro usnadnění práce na tabuli.

Upozorněte žáky, se že s vylosovaným názorem nemusí souhlasit, svůj vlastní názor budou mít možnost vyjádřit později. V tuto chvíli jde o shromáždění argumentů a důvodů, proč někdo může takové názory zastávat, a jejich vzájemné porovnávání.

Po uplynutí stanoveného časového limitu dejte postupně skupinám prostor k prezentaci. Tu skupina zahájí přečtením zadaného stanoviska a poté pokračuje vlastním zdůvodněním. Vyučující je v roli moderátora, který zatím ale pouze usměrňuje projev prezentujících, názory zatím, bez širšího komentáře, pouze glosuje.

KROK č. 3 Názory na nakupování v supermarketu – samostatná práce

Nyní rozdejte všem žákům pracovní list PL5 Nakupování je zábava. V úkolu č. 1 je nechte si vybrat odpověď, která jim nejvíce vyhovuje.

? Jaký je váš osobní názor na nakupování v supermarketech a obchodních centrech? Zakroužkujte odpověď, která vám nejvíce vyhovuje.

► Odpovědi jsou individuální. Žáky však upozorněte, aby si pro svou volbu připravili i vysvětlení.

Ve chvíli, kdy žáci zakroužkovali v pracovním listu svou volbu, rozdělil se do skupin podle svých skutečných preferencí na kritiky supermarketů, ostražitě zákazníci a fanoušky. Nově vzniklé skupiny svou volbu obhájí již jednou či dvěma větami. Dá se předpokládat, že nejsilnější bude skupina C. Vyučující má v tuto chvíli možnost se vyjádřit k předchozím argumentům odpůrců i zastánců a představit i nové souvislosti, o kterých fanoušci supermarketů doposud vůbec nemuseli přemýšlet.

Skupina A

Nakupování v supermarketu může být pro někoho nepříjemné čistě proto, že se v hale bez oken, která je plná lidí a hluku, prostě necítí dobře. Navíc do supermarketu se většinou nedá dojít pěšky, člověk musí využít automobil, nebo zvláštní linku městské dopravy. I když má zákazník zájem o jednu konkrétní věc, musí projít i několik stovek metrů, než se dostane k pokladnám.

Někomu bude na supermarketech vadit jejich nepatřičnost v krajině a původní zástavbě, podíl na vzrůstu dopravy ve městě, energetická náročnost. Jiný upozorní, že zde dochází k nerovné soutěži, prodává se zboží ze zemí, které mají potíže s dodržováním lidských práv a ochranou životního prostředí, používají se zde nejrůznější přesvědčovací techniky, ale i zde panují ne vždy vhodné pracovní podmínky, na které si zaměstnanci supermarketů právem stěžují.

Skupina B

Pro většinu lidí je nakupování v supermarketech nutností, neboť jiné obchody s potravinami již téměř nejsou. Malé obchůdky většinou nevydržely tlak cenové politiky supermarketů. V návalu počátečního okouzlení množstvím a cenou lidé neváhali projet celé město, aby si koupili levnější mléko a pečivo, i když tak mohli učinit v obchodu za rohem. (I když se dnes situace mění a zákazníci si opět nacházejí cestu do menších obchodů, řetězce supermarketů na to reagují snahou vznikající konkurenční řetězce menších obchodů ovládnout.)

Supermarkety mohou být vhodným místem pro uskutečnění nákupu, nabízí jistě celou řadu výhod. Těmi jsou prodloužená otevírací doba, pohodlné parkování, široký sortiment zboží v různých cenových hladinách, doplňkové služby. Zákazník by měl mít ale na paměti, že veškerá organizace prodeje, servis a pohodlí, které mu supermarket nabízí, s sebou nese řadu otázek a sleduje jediný cíl: aby nakoupil víc, než pro co původně přišel. I když supermarkety kromě potravin nabízí také téměř veškerý sortiment dalšího zboží, bývá toto zboží (tř. elektronika, sportovní vybavení, hudební nástroje) nižší kvality.

Skupina C

Jednoznačnou snahou supermarketů je udělat z nákupu příjemnou záležitost, dát nakupujícímu pocit, že mu může přinést víc, než jen radost z výhodného nákupu, ale též nabídnout pestrý program, který si nemusí sám pracně vymýšlet a navíc: mnoho atrakcí je zdarma. Zákazník si může odložit své děti, nebo se v místě i pohodlně najíst, opět s využitím řady slev, rodinných výhod, nápojů zdarma. Pádným argumentem je i to, že pro zákazníky supermarketů a nákupních center je parkování zdarma. Touto výhodou se mnoho jiných atrakcí, např. kulturních památek, pochlubit nemůže.

KROK č. 4 Supermarkety a nákupní centra

Supermarket je samoobslužný obchod s velkou prodejní plochou, který nabízí téměř kompletní sortiment potravin a spotřebního zboží.

Nákupní centrum je prodejní místo s širokou nabídkou nejrůznějších specializovaných obchodů, s restauracemi, kavárnami, kinem, zábavními atrakcemi, službami, někdy i ubytovací kapacitou. Největší evropská nákupní centra dosahují obřích rozměrů a jsou vlastně samostatnými městečky.

KROK č. 5
Co se dá v supermarketech a nákupních centrech všechno dělat

Supermarkety a nákupní centra sledují jednoduchou politiku. Přilákat zákazníka a přimět ho, aby v prodejních prostorech strávil co nejvíce času. Tím se zvyšuje šance, že bude utrácet peníze. Pomoci k tomu mají nejrůznější prodejní akce podporované masivní reklamou a také doplňkové služby a atrakce. Proto se z prostého obstarávání si zboží stává životní styl, způsob trávení volného času a koníček.

Nechte žáky, aby si každý sám vyřešil úkol č. 3 z pracovního listu. Žák má rozhodnout, které služby a atrakce by přivítal v supermarketu či nákupním centru. Vybrané položky označuje přeškrtnutím symbolu čtyřlístku.

Ve chvíli, kdy jsou všichni hotovi, proveďte společné hodnocení. Zeptejte se žáků, kolik čtyřlístků jim zbylo nezaškrtnutých. Dá se říci, že žáci s největším počtem rostlinek se mohou považovat za vítěze. Nenechávají se vtáhnout do světa obchodního prostoru, neočekávají od obchodu více, než k čemu je určen, tedy k nákupu nutného zboží. Nepovažují jej za centrum zábavy, a nebudou ho proto vyhledávat z důvodu naplňování volného času. Nabízené aktivity se dají provozovat jinde a za jiných podmínek.

Divadlo mohou zhlédnout v prostředí tomu určeném a bez obav, že mě při té příležitosti někdo bude vybízet ke koupi automatické pračky. Ani milovníci hamburgerů se nemusí stravovat nešetrně z jednorázových obalů a ve stoje, ale mohou si své oblíbené jídlo dopřát v klidu restaurace, na talíři a pomocí vidličky a nože.

KROK č. 6
Styl nakupování

Poslední úkol slouží k samostatnému zhodnocení nákupního stylu, který rodina žáka provozuje. Na základě již získaných informací a s pomocí otázek si žák bude moci udělat obrázek, do jaké míry podléhá jeho rodina strategii supermarketů.

Nechte žáky, aby samostatně a pravdivě odpověděli na následující otázky.



Nakupuje vaše rodina v supermarketech? Jak často?



První otázka směřuje ke způsobu využívání obchodu. Je-li nutnou návštěvou, nebo se stal pevnou součástí rodinného života a jasně definovaným časem, kdy se pravidelně uskutečňuje.



Kolik času v průměru strávíte v supermarketu během jednoho nákupu?



Druhá otázka řeší problém ochoty trávit v obchodě čas. Jedná-li se o nezbytnou dobu, nebo o dobu delší, kdy zvyšujeme možnost nechat na sebe působit všechny přesvědčovací prostředky obchodu.



Jak se v něm pohybujete? Hledáte pouze výrobky, pro které jste přijeli, nebo projíždíte celým obchodem a prohlížíte si všechno zboží?



Třetí otázka je spjata s organizací nákupu. Jedná-li se o účelovou záležitost, nebo zábavu v podobě hledání pokladů. Nakupování se tak stává formou hry.



Hledáte zboží, které je „v akci“? Čtete před nákupem reklamní letáky?



Čtvrtá otázka se zaměřuje na funkci reklamy. Ta má za úkol přivést nakupujícího pod vidinou výhodného nákupu a šetření peněz. Zákazník si s pocitem, že ušetřil, nakoupí víc, než plánoval. Protože má zboží za zvýhodněnou cenu, koupí i to, co by jinak nekoupil.

Pročítání letáků spojené s plánováním strategie nákupu, jako je rozdělování úloh, kam který člen rodiny po příjezdu do obchodu vyrazí, aby získal akční zboží, které je někdy nabízeno v omezeném množství, již v sobě nese stopy nepřírozeného vztahu k nakupování v supermarketu.



Koupíte většinou více zboží, než jste měli v úmyslu?



Pátá otázka se ptá na schopnost regulovat své jednání a schopnosti odolat tlaku, který styl prodeje realizovaný supermarkety vyvíjí na zákazníka.



Stravujete se během nákupu v supermarketu? Pokud ano, jak to probíhá?



Šestá, závěrečná otázka zjišťuje, ochotu dát supermarketu větší prostor v našem životě. Pokud přijmeme „pohostinnou náruč“ supermarketu a využijeme ho i jako místo, kde se budeme společně stravovat, můžeme se označit za věrné zákazníky, kteří svůj supermarket jen tak nezradí.

KROK č. 7 Závěrečná reflexe

Po dokončení všech úkolů pracovního listu provedte se žáky závěrečnou reflexi. Pokládejte třídě otázky. Do odpovědí nikoho nenuťte. Pro navození příjemnější atmosféry realizujte aktivitu mimo školní lavice, např. v kruhu na židlích, na zemi.



Příklady otázek:

Jaký názor na supermarkety jsi zastával/a před začátkem práce?

Bylo pro tebe na začátku jednoduché obhajovat názor, se kterým jsi třeba vnitřně nesouhlasil/a.

Přemýšlel/a jsi někdy před tím o některém z témat, o kterých jsme právě hovořili? Které to bylo?

Dozvěděl/a jsi se během práce nějakou informací, která tě překvapila? Která to byla?

Dozvěděl/a jsi se během práce nějakou informací, která tě přiměje změnit tvé názory a chování vůči supermarketům a nákupním centrům? Můžeš se k tomu blíže vyjádřit?

Otázky vyučující přizpůsobuje atmosféře ve třídě i vývoji diskuze. Protože se téma dotýká osobnosti žáků a jejich blízkých osob, je třeba diskutované problémy nenechat otevřené, ale dovést je k závěru, třeba i ve formě přátelského doporučení. V žádném případě nesmíte dopustit, aby se ostatní někomu pro jeho rodinné zvyklosti smáli.

Supervýrobky

ČÍSLO MATERIÁLU: MT8 Supervýrobky

AUTOR: Mgr. Josef Makoč

KLÍČOVÁ AKTIVITA: práce s pracovním listem

CÍLE: vést k odpovědnosti ve vztahu k biosféře, k ochraně přírody a přírodních zdrojů; vést k pochopení významu a nezbytnosti udržitelného rozvoje jako pozitivní perspektivy dalšího vývoje lidské společnosti; umožnit pochopení souvislostí mezi lokálními a globálními problémy a vlastní odpovědností ve vztazích k prostředí; ukázat modelové příklady jednání z hledisek životního prostředí a udržitelného rozvoje žádoucích i nežádoucích; seznámit s principy udržitelnosti rozvoje společnosti

ČASOVÁ DOTACE: 1 až 2 vyučovací hodiny (45–90 minut)

POMŮCKY: PL 6A–B Supervýrobky, prezentace PR 3 Supervýrobky

KLÍČOVÉ POJMY: cena výrobku, spravedlivý obchod, náhražky, doprava zboží

POPIS ČINNOSTI:

Žáci budou pracovat s pracovním listem, případně s prezentací. Cílem práce je odhalení několika vybraných problémů, které se skrývají za lákavou nabídkou zboží v supermarketech. Nízká cena zboží je v mnoha případech důsledkem tíživé situace producentů, ignorováním dopadů na životní prostředí nebo nerovné soutěže.

Práci je vhodnější organizovat ve dvojicích nebo čtveřicích. Pokud usoudíte, že úkol je pro třídu náročný, můžete jí před začátkem práce předat základní informace o problematice, kterou se budou dále zabývat, a to s využitím doplňkové prezentace PR3 Supervýrobky, která přináší heslovité nastínění problémů, které jsou níže podrobněji popsány.

KROK č. 1

Rozdělte žáky do dvojic či malých skupin. Každé skupině rozdejte jeden pracovní list PL6 Supervýrobky, a to ve variantě A i B.

Žáci mají za úkol pracovní list rozstříhat na jednotlivé kartičky. Z těchto kartiček budou sestavovat pojmové řady v pořadí:

VÝROBEK → PROBLÉM → VYSVĚTLENÍ

Nápovědou jsou žákům číselné údaje, které jsou na každé kartičce uvedeny. V případě správného postupu získají žáci na každém řádku stejný součet. Tím je číslo 6. Informaci o výsledku součtu jim nemusíte ihned sdělovat. Učíte tak pouze v případě, že se skupina dostane do situace, kdy si neví se správností řešení rady.



Poznáte, které kartičky patří k sobě?



KAKAO Z ROZVOJOVÉ ZEMĚ – zneužívání situace zemědělců – vysoké zadlužení producentů země

Zemědělci z rozvojových zemí se často potýkají s problémem nižší produkce. Díky klimatickým podmínkám, používání tradičních technologií, nebo naopak nerozváženému nadužívání importovaných postupů, při kterých působí nenávratné škody v ekosystémech a narušují vodní režim, hospodaří na hranici bídy. Zadlužený stát jim není schopen pomoci, např. dotacemi, jako je to běžné v rozvinutých ekonomikách. Tito producenti pak přistupují i na nevýhodné smlouvy nadnárodních odběratelů jen proto, aby si zajistili alespoň nějaké finanční prostředky.

ŘEŠENÍ:

V tomto případě se nabízí řešení v podobě zakládání producentůvých družstev, která jsou schopna si vyjednat lepší podmínky, nebo v tomto směru využít pomoci mezinárodních nevládních organizací, které jsou navíc schopné zajistit osvětu a doporučit vhodný způsob hospodaření, který nepovede ke znehodnocování půdy. Příkladem může být hnutí Fair trade, které má jako jeden z cílů výkup zboží za spravedlivé ceny a podpora ekonomické soběstačnosti producentů z třetího světa.

VÝROBKY Z ČÍNY – ničí konkurenci nízkou cenou – nebere se ohled na přírodu a lidská práva

Neuvěřitelně nízká cena výrobků je někdy dána tím, že vznikají za nevyhovujících podmínek v zemích, které nedodrží mezinárodní dohody, nedbají na bezpečnost práce pracovníků, šetrné technologické postupy, ochranu přírody. Jedná

se také často o země, které jsou ovládnány nedemokratickými režimy a jejichž obyvatelé nemají mnoho možností, jak se praktikám svých vlád bránit. Jedním z příkladů může být komunistická Čína. I když už dnes nejsou všechny čínské výrobky symbolem nekvalitního zboží, vyrábí se zde nešetrně, bez ohledu na dopad výroby na přírodu, zaměstnanci pracují za špatných podmínek, k výrobě se používají i zdravotně závadné materiály, nerespektuje se duševní vlastnictví a průmyslové vzory – vyrábí se kopie, padělky a napodobeniny.

ŘEŠENÍ:

Řešením je nesledovat pouze měřítko ceny výrobků, ale zajímat se i o to, kdo a za jakých podmínek vyrábí, upřednostňovat prověřené nebo domácí výrobce.

LEVNÉ UZENINY – používání náhražek masa – přidává se velký podíl mouky a škrobu

Tlak řetězců supermarketů způsobuje i to, že výrobci dodávají do obchodů potraviny, které obsahují velké množství náhražek. A tak může nastat situace, kdy si zákazník koupí levnou uzeninu, která není vyrobena z masa. Levné uzeniny se vyrábí z tzv. separátu, což je jatečný odpad, který se dříve používal jako krmivo pro dobytek, a s přidáním velkého podílu škrobu, mouky, vody, barviv a koření.

ŘEŠENÍ:

Řešením je vyhnout se nákupu takových výrobků. Pokud si chceme uzeniny dopřát, je třeba nakupovat ty drahé, v kvalitních řeznictvích, nebo hledat výrobky, které jsou označené jako vhodné při bezlepkové dietě. To nám poskytne záruku, že jsou z masa a ne z mouky.

ČERSTVÉ OVOCE – nabízí se celoročně – chemicky se ošetřuje a dopravuje z celého světa

Každý zná pohádku, kdy zlá macecha poslala svou schovanku ve sněhu a mrazu pro jahody. Každé dítě to vnímá jako akt necitlivého a zlomyslného jednání. Ve chvíli, kdy ale vstoupíme do supermarketu a stáváme se zákazníky, začínáme uvažovat v rovině touhy po uspokojení a jahody zakoupené v zimě nám nevadí. Naopak je vnímáme jako symbol dobrého životního standardu. Pokud ale zůstaneme v rovině pohádkové etiky, musíme dovoz jahod z teplých krajín odsoudit, protože jejich doprava zbytečně a neúměrně zatěžuje životní prostředí. U tropického ovoce, které u nás běžně neroste, je třeba zvážit nezbytnost tohoto zboží a podmínky, za jakých bylo vypěstováno a vykoupeno. Aby ovoce vydrželo dlouhé cesty a v prodejně vypadalo lákavě, chemicky se ošetřuje.

ŘEŠENÍ:

Řešení je jednoduché, nakupovat sezónní ovoce a zeleninu, a to nejlépe od místních pěstitelů. Protože když je jejich čas, rostou jahody i u nás.

BRAMBORY – dováží se, i když je umíme sami vypěstovat – řetězce tlačí na nízkou cenu

Ačkoliv jsou brambory jedním z typických produktů českého zemědělství, jsou ty naše v supermarketech obtížné k mání. Je to tím, že řetězce nezohledňují místo původu zboží a dopravní náročnost, ale výkupní cenu. V důsledku finančních příspěvků (dotací), které některé vlády svým zemědělcům poskytují, jsou právě brambory z ciziny levnější, než ty české. Ztráty, které by zemědělcům prodejem brambor pod cenou vznikly, u nás nikdo nenahradí. Protože řetězce supermarketů nejsou české, nezajímá je to. Zajímá je pouze nejnižší nákupní cena, a ne situace místních farmářů.

ŘEŠENÍ:

Řešením je opět informovanost a citlivost zákazníka k místu původu zboží. U potravin, které umíme vyrábět sami, bychom měli upřednostňovat místního (regionálního) výrobce.

KROK č. 2

Hodnocení



Krátce se žáky diskutujte. Využít můžete otázky tohoto typu:

Byly to pro tebe zcela nové informace?

Zajímáš se o to, kdo a kde vyrábí tvé oblíbené výrobky, zda-li je třeba nemusí vyrábět chudé děti?

Přemýšlíte s rodinou při nákupech o původu zboží?

Je něco, co začneš při nákupu nově sledovat?

Nechte žákům stanovený čas, aby mohli sami provést podobné rozhovory se svými blízkými. Při následující hodině společně zhodnoťte, s jakým zájmem se u dotázaných tato problematika setkala.

Ekoznačky

ČÍSLO MATERIÁLU:	MT9 Ekoznačky
AUTOR:	Mgr. Bára Paulerová
KLÍČOVÁ AKTIVITA:	práce s pracovním listem
CÍLE:	Žáci se seznámí s ekoznačkami a symboly, se kterými se mohou na výrobcích setkávat; žáci uvedou příklady pravidel pro ekologické zemědělce a výrobce biopotravin
ČASOVÁ DOTACE:	3 vyučovací hodiny (3 x 45 minut)
POMŮCKY:	PL7_Ekoznačky, PL8_Bio souhrn, karty Anketní otázky, karty Biopravidla, PR4_Ekoznačky, mimo obsah balíčku: 5x papír a 5x tužka do skupiny, papír a tužka pro každého žáka, odpovídající výpočetní technika
KLÍČOVÉ POJMY:	ekoznačení, ekoznačky, symboly na obalech, biopotravina

KROK č. 1

V hodině se budete zabývat informacemi, které se jako spotřebitelé dozvídáme nebo můžeme dozvědět z obalu výrobků. Nejprve zrealizujte ve třídě krátké anketní šetření, které se týká spotřebitelského chování žáků. Podle potřeby vysvětlete žákům, co je to anketní šetření a spotřebitelské chování.



DOPLŇUJÍCÍ INFORMACE:

Anketní šetření nebo průzkum spočívá v získání velkého množství odpovědí na zadané otázky od různých lidí. Odpovědi se obvykle shrnou podle toho, jak často se opakovaly. Spotřebitel je člověk, který spotřebovává spotřební zboží – výrobky, které mají omezenou dobu životnosti, ať už z důvodu opotřebení (už neslouží stejně jako nové) nebo spotřeby (materiál ubývá nebo je konzumován).

Rozdělte žáky do 5 skupin, z nichž každá dostane jednu anketní otázku, na kterou má za úkol získat co nejvíce odpovědí. Do každé skupiny rozdejte 1 papír a tužku pro zapisování odpovědí a vysvětlete průběh anketního šetření: Každá skupina dostane jednu otázku, kterou přepíše na papír. Papír a tužku si nechají na jednom místě a všichni členové skupiny mohou obcházet ostatní žáky s „jejich“ otázkou. Vždy, když zjistí nějakou odpověď, ať už je jakákoli (třeba i „nevím“), dojdou ji zapsat na „svůj“ papír. Když narazí na žáka, který už na stejnou anketní otázku odpovídal, jeho odpověď už nezapiš, poněvadž se jej zeptal pravděpodobně jiný člen jeho skupiny. Každý žák tedy zároveň otázku pokládá a na otázky ostatních odpovídá.

Nechte prostor pro dotazy a pak rozdejte do každé skupiny jednu anketní otázku (karty Anketní otázky)

KROK č. 2

Nechte každou skupinu odprezentovat, jaké se jim sešly odpovědi. Zapište je na tabuli.

Pokud to dovoluje uspořádání třídy, budou žáci pracovat i nadále v pěti skupinách. Žáci každé skupiny nechtě se usadí pospolu tak, aby viděli na tabuli.

KROK č. 3

Spusťte prezentaci PR4_Ekoznačky. Na druhém snímku je definice a přesmyčka slova „symbol“.

Vyluštěte přesmyčku a se žáky můžete uvádět příklady symbolů, se kterými se setkávají nebo setkali, děti obvykle uvádí symboly jako zákaz kouření, zákaz zmrzliny, zákaz trhání květin a šlapání na trávník, mnoho dalších zákazů, symbol vozíčkáře, panáček a panenka na WC, kříž, jin jang, hákový kříž, pentagram, únikový východ, apod.

Symbol = Poznávací znamení, které poukazuje na rozsáhlejší informaci a zastupuje ji.

KROK č. 4

Na snímcích 3–16 jsou uvedeny nejběžnějšími symboly a značky, se kterými se na obalech výrobků mohou setkávat.

Aby žáci udrželi pozornost a různé symboly vnímali, prezentaci můžete uvést jako soutěž mezi skupinami. Na každém snímku prezentace chybí totiž jedno slovo. Žáci, kteří si snímky pozorně prohlédnou, přečtou text a odhalí chybějící slovo, zapíšou si jej na papír.



TIP: Použijte druhou stranu papíru s anketní otázkou a odpověďmi.

Slova zapisují žáci pod sebe. Vhodné je, když s žáky obsah snímku projdete – slovy popíšete symbol a stručně shrnete, co znamená. Dejte při tom však pozor, abyste chybějící slovo nevyslovili.



ŘEŠENÍ:

KOŠE

DLOUHOU

SUROVINU

DÁLKOVÝ

PTÁKŮ

ZVÍŘATECH

OBALU

ŠETŘIT

ZNAMENAJÍ

ČÍSLO

KTERÝ

SPRAVEDLIVÉHO

POKUSY

VÝROBA

KROK č. 5

Na snímku 17 prezentace je číselný kód se stejným počtem číslic, jako bylo v prezentaci snímků a žáci mají napsaných slov. Číslice vyznačují umístění písmene v zapsaném slově, které tvoří tajenku. Nechte žáky tajenku vyluštit.



Tajenka:

Ten, kdo se vyzná v ekoznačkách, rozpozná klamavý symbol od certifikovaného a tato znalost ovlivňuje jeho výběr zboží.

EKOSPOTŘEBITEL

KROK č. 6

Nyní žákům rozdejte pracovní list PL7_Ekoznačky a nechte je vyplnit oba úkoly.

Potom se jich zeptejte, zda se s těmito značkami z pracovního listu v předchozí prezentaci setkali. Zeptejte se také, jestli si všechny značky pamatují, zda se v nich orientují a jak hodnotí počet značek a symbolů na obalech – je jich hodně nebo málo? Diskutujte se žáky o tom, k čemu jim jako spotřebitelům mohou symboly posloužit, přestože jich je hodně a je náročné se v nich zorientovat.

KROK č. 7

Diskuzi uzavřete tím, že se sice s řadou značení a symbolů v této hodině seznámili, ale že seznam možných uváděných symbolů není konečný. Promítněte snímek č. 18 prezentace, kde jsou všechny dosud použité symboly. Některé z nich mají význam ekoznaček, tj. jsou šetrnější vůči životnímu prostředí a šetrnost je kontrolována nezávislou stranou. Jiné značky jsou na obalech běžné, ale o šetrnosti nic nevypovídají. Zda je dokážete roztřídit, si můžete vyzkoušet pod odkazem na snímku. Zpátky se dostanete poklepáním na rohovou ikonu.

KROK č. 8

Se všemi symboly na snímku č. 18 se můžeme setkat v České republice, v různých státech však často existují různé podoby jedné značky se stejným nebo podobným významem.

Na snímku č. 19 jsou zopakovány značky z pracovního listu a informace o ekoznačení.

**DOPLŇUJÍCÍ INFORMACE:**

Ekoznačení (také „ekolabeling“) představuje označování produktů (výrobků a služeb), které jsou k životnímu prostředí šetrnější než výrobky alternativní, tzn. produkty, které jsou z funkčního hlediska vzájemně srovnatelné, zaměnitelné. V současné době se pod pojmem ekoznačení rozumí obvykle certifikační systém, řízený tzv. třetí nezávislou stranou (ani výrobcem, ani spotřebitelem). Úkolem systému ekoznačení je:

- výběr skupin výrobků, u nichž lze nějakým způsobem snížit jejich negativní působení na životní prostředí
- stanovení souboru požadavků, které musí výrobky splňovat, aby mohly být oprávněně považovány za ekologicky šetrnější. Tyto požadavky musí být zveřejněny.
- udělování ekoznačky výrobkům, které stanovené požadavky splňují formou licenční smlouvy
- provádění kontrol shody vlastností označených výrobků se stanovenými požadavky a kontrol dodržování podmínek licenční smlouvy.

KROK č. 9

Na snímku č. 20 prezentace je přehled obdobných značek v různých státech. Tyto značky se však nevztahují k ekologicky šetrnému výrobku nebo k službě, ale k jiné kategorii šetrných výrobků.



Jaký výrobek označují v různých státech tyto značky?



Nechte žáky hádat, než jim prozradíte řešení: Biopotravina.

**TIP:**

Označování biopotravin v různých státech si můžete zahrát v online pexesu na stránkách www.evvoluce.cz.

KROK č. 10

Promítněte následující snímek č. 21 prezentace a rozdejte žákům pracovní list PL8_Bio souhrn. V prezentaci i na pracovním listu je shodný text. Nechte žáky samostatně text přečíst a zadejte jim k tomu úkol: vymyslet ve dvojici a zapsat na kus papíru nejméně 2 otázky, kterými by se ptali na informace v textu obsažené, nebo na informace, které jim v textu chybí a zajímaly by je. Jestliže je úkol jasný, nechte žáky pracovat a rozmístěte mezitím po třídě karty Biopravidla.

KROK č. 11

Když máte karty Biopravidla rozmístěné po třídě a žáci text přečtený a otázky vymyšlené, vyberte od žáků papíry s vymyšlenými otázkami, použijete je později pro opakování.

KROK č. 12

V další aktivitě se žáci seznámí s některými pravidly, které se týkají třech skupin biovýrobců. Na papír si nejprve nadepíší tyto tři skupiny: pěstování rostlin, chov zvířat a zpracování biosurovin. Jejich úkolem bude obejít třídu, najít všechny rozmístěné karty s biopravidly, přečíst je a správně se rozhodnout, které z uvedených tří skupin se biopravidlo týká. U každého biopravidla je číslo, které si žáci přepíší na svůj papír ke skupině, které se toto pravidlo podle nich týká: k pěstování rostlin, k chovu zvířat nebo ke zpracování biosurovin.

Když mají všechna čísla zapsaná, provedou součet čísel u každé skupiny, výsledek může posloužit jako rychlá kontrola.

**TIP:**

Při špatném kontrolním součtu odhalíte konkrétní chybu snadno tak, že u pěstování rostlin jsou čísla vždy násobky 7, u chovu zvířat násobky 8 a u zpracování biopotravin násobky 9.

▶ ŘEŠENÍ:

Pěstování rostlin

- 42 Povinnost obdělávat půdu šetrným způsobem, s ohledem na zlepšování fyzikálních vlastností půdy, úrodnosti a protierozního působení.
- 14 Povinnost používat pouze hnojiva, pomocné půdní látky, pomocné rostlinné přípravky a substráty povolené pro ekologické zemědělství v prováděcím právním předpisu.
- 49 Povinnost používat ekologické osivo a sadbu, ve výjimečných případech nemořené konvenční osivo.
- 7 Povinnost používat pouze přírodní látky, postupy nebo přípravky na ochranu rostlin povolené pro ekologické zemědělství v prováděcím právním předpisu.
- 84 Povinnost střídáním plodin přispívat ke snížení populační hustoty plevelů, původců chorob a škůdců rostlin a dodržovat zásady střídání plodin stanovené v prováděcím právním předpisu.
- 35 Povinnost při pěstování rostlin dodržovat vyvážený osevní postup, zaměřený na udržení a zvyšování úrodnosti půdy a obsahu organických látek v půdě, zajištění živin pro růst rostlin a minimalizaci ztrát živin.
- 91 Zákaz použít statková hnojiva pocházející ze systémů klecového chovu drůbeže a systémů, v nichž jsou hospodářská zvířata trvale ustájena na roštových stánkách

322 SOUČET

Chov zvířat

- 8 Povinnost chovat všechny druhy a plemena hospodářských zvířat s ohledem na zachování jejich zdraví, využívat přirozené systémy chovu a zachovávat podmínky pohody a ochrany zvířat před utrpením, bolestí a poškozováním zdraví
- 24 Povinnost používat pouze krmiva pocházející z ekologického zemědělství.
- 64 Povinnost vytvořit podmínky ochrany zdraví, prevence onemocnění a péče o hospodářská zvířata, smí používat pouze některá léčiva a veterinární přípravky a podle výsledku vyšetření přednostně použít přírodní a homeopatické přípravky.
- 48 Povinnost zajistit, aby skladovací prostory pro chlévskou mrvu, močůvku a kejdu měly dostatečnou kapacitu a neohrožovaly životní prostředí a přírodní zdroje.
- 96 Při přepravě zvířat a před jejich porážkou musí být přijata vhodná opatření k minimalizaci stresu.
- 16 Zákaz trvalého ustájení všech druhů hospodářských zvířat v uzavřených prostorách bez přístupu do výběhu nebo na pastvu, klecové chovy.
- 32 Zákaz krmit mláďata savců krmnými směsmi ze sušeného mléka, krmit hospodářská zvířata násilně i podávat hospodářským zvířatům antibiotika, hormony, stimulanty růstu, antikokcidika a chemoterapeutika u zdravých hospodářských zvířat.

288 SOUČET

Zpracování biosurovin

- 18 Může být použito mimo bioproduktů, přídatných látek a pomocných látek také surovin zemědělského původu nepocházejících z ekologického zemědělství v množství, které nesmí přesáhnout 5 % složení surovin.
- 90 Při výrobě biopotravin je zakázáno používat geneticky modifikované organizmy a produkty z nich pocházející...
- 27 Přídatné látky, pomocné látky a suroviny zemědělského původu, nepocházející z ekologického zemědělství mohou mít pouze přírodní původ a nesmí se jednat o chemické, uměle vyrobené látky.
- 45 Povinnost zajistit, aby nedošlo ke smísení nebo záměně bioproduktů nebo biopotravin s jinými produkty nebo potravinami.
- 54 Povinnost zajistit, aby nedošlo ke kontaminaci bioproduktů spalinami při sušení, nebo k posklizňovému ošetření produktů chemickými přípravky v prostorách, kde jsou skladovány bioprodukty.

234 SOUČET

KROK č. 13

Mezitím, co žáci pracují, projděte si otázky, které k biopotravinám napsali, a vyřadte ty, které se opakují.

Až budou žáci s aktivitou hotoví, zkontrolujte výsledné součty, případně s nimi podle času projděte jednotlivé karty postupně, proč a kam patří. V této chvíli by měli žáci znát základní informace o biopotravinách. Ověřte to pomocí jejich vlastních otázek.



Můžete je doplnit některými z následujících:

Používají se při výrobě biopotravin chemické látky? (ne)

Musí mít zvířata v biochovech možnost volného výběhu? (ano)

Kdo má přehled o registrovaných ekologických zemědělcích? (ministerstvo životního prostředí)

Jaké je jméno neziskové organizace, která provádí kontroly dodržování pravidel ekozemědělství? (Kontrola ekologického zemědělství (KEZ), ABCERT a BIOKONT)

Může jeden zemědělec chovat zvířata v biochovu a zároveň v konvenčním chovu? (ne)

Čím jsou krmiva zvířata v biochovech? (krmivem vypěstovaným v ekologickém zemědělství)

Jakým způsobem se v biochovech používají léky a antibiotika? (jsou podávána pouze nemocným zvířatům v případě potřeby)

Existují nějaká omezení pro zpracování biopotravin? (ano, např. nesmí obsahovat chemické konzervanty a aditiva)

Jak často se provádí kontroly u certifikovaného ekozemědělce? (každoročně)

Jsou biopotraviny zdravější? (ano, protože neobsahují nadbytečné chemické látky)



TIP:

Velmi vhodné je přinést do třídy výrobky, nebo alespoň obaly od výrobků, na kterých je možné si různé značení prohlédnout. Můžete obaly schovávat, nebo zadat za úkol žákům přinést nějaký obal do hodiny, zejména ty obaly, na kterých je nějaká ekoznačka.

KROK č. 14

Nyní se vraťte k úplně první aktivitě – anketě. Zopakujte výsledky ankety zapsané na tabuli a zeptejte se žáků, zda by na některé otázky odpověděli nyní jinak. Proč?

Pokud žáci v hodině dobře pracovali, dozvěděli se řadu nových informací, které se mohou z obalu a ze symbolů a značek na obalech výrobku dozvědět a výsledky spotřebitelského průzkumu by nyní dopadly asi jinak. Podle času můžete anketu na závěr zopakovat, případně ji můžete zopakovat s delším časovým odstupem.