

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА

ТЕМА: «Реклама: правда и ложь, желания и возможности: Сказка ложь, да в ней намек...»

Для детей старшего дошкольного возраста

Цель: Формирование у детей первоначальных представлений о рекламе, её назначении, правдивых и ложных обещаниях, а также о необходимости соотносить желания с реальными возможностями через анализ знакомых сказочных сюжетов.

Материалы и оборудование:

- Иллюстрации к русским народным сказкам («Лиса и Журавль», «Гуси-лебеди», «Колобок», «Кот, Петух и Лиса»);
- Карточки с «рекламными объявлениями» сказочных героев;
- Символы: реклама, правда, ложь, желание, возможности;
- Мольберт или доска для фиксации схем;
- Игровые монеты (для игры «Рекламный агент»);
- Фишки для рефлексии (зелёный / жёлтый / красный);
- Кукла Петрушка или игрушка-«Рекламщик»;

Предварительная работа:

- Чтение и обсуждение русских народных сказок: «Лиса и Журавль», «Колобок», «Гуси-лебеди», «Кот, Петух и Лиса»;
- Беседы: «Что такое реклама? Где мы её видим?», «Все ли обещания в рекламе правдивы?»;
- Рассматривание детских рекламных буклетов и обсуждение;
- Сюжетно-ролевая игра «Магазин» (элементы рекламы товара);

Ожидаемый результат: Дети понимают, что реклама помогает узнать о товаре, но не всегда говорит правду; нужно проверять информацию и не верить всему, что обещают; умеют сравнивать желания и реальные возможности героев сказок; приводят 2–3 примера обманной рекламы из сказок.

Задачи		
Познавательно-речевая	Развивающая	Воспитательная
Формировать понимание сути рекламы, её целей; учить отличать правдивую информацию от ложной на примере сказочных сюжетов.	Развивать критическое мышление: умение анализировать рекламные обещания, сравнивать желания и возможности, делать выводы.	Воспитывать разумное отношение к рекламе, умение не поддаваться на заведомо ложные обещания, осознанно подходить к покупкам.

Основной ход образовательной деятельности

№ п/п	Этап, продолжительность	Методы, приемы	Вопросы для детей	Предполагаемая деятельность детей	Деятельность педагога	Планируемый результат
1.1	Организационный (1–2 мин)	Приём «Круг радости» с колокольчиком	«Ребята, вы когда-нибудь верили рекламе и просили родителей купить то, что в ней показывали? А всё ли, что обещают, — правда?»	Дети встают в круг, делятся короткими примерами, настраиваются на обсуждение	Создаёт доброжелательную атмосферу, звонит в колокольчик, приглашает в «Школу умного покупателя»	Готовность к общению и обсуждению сложной темы
1.2	Мотивационный (2–3 мин)	Приём «Яркое объявление»; проблемная ситуация	Вносится игрушка Петрушка с плакатом: «Петушок золотой гребешок! Отдай мне свой голосок — дам тебе мешок конфет и машину!». Петрушка: «Хорошая же реклама? Почему Петушок не согласился?»	Дети замечают обман: голосок не купишь, конфеты — не главное, Лиса хотела съесть Петушка. Высказывают первые гипотезы о нечестной рекламе	Создаёт проблемную ситуацию, фиксирует первые идеи на доске («Корзина сомнений»)	Возникновение познавательного противоречия: реклама бывает обманной
2	Основной					
2.1	Микротема 1: Что такое реклама? Правда и ложь (5–6 мин)	Знаково-символический анализ, беседа, разбор рекламных объявлений героев	«Лиса в сказке «Колобок» пела: «Колобок, Колобок, я тебя съем — но сначала сядь ко мне на носок, я спою ещё разок» Это реклама? Честная? А Журавль в сказке «Лиса и Журавль» звал Лису в гости: «Приходи, будет	Дети определяют: реклама — это привлечение внимания. В сказках герои часто обманывают. Лиса хвалила Колобка, но хотела съесть. Журавль тоже	Вводит символы: реклама, правда, ложь. Задаёт вопрос: «Как отличить честную рекламу?»	Понимание: реклама может быть нечестной, нужно проверять

			вкусно!» — что получилось?»	сделал «ложную рекламу» угощения		
2.2	Микротема 2: Желания и возможности героев (6–7 мин)	Дидактическая игра «Хочу — могу» (анализ сказочных ситуаций); «Логическая цепочка»	«Алёнушка из «Гуси-лебеди» хотела сразу всё: и братца найти, и печку не слушать, и яблоньку не уважить. Хватило у неё возможностей? А когда она начала слушать советы — что изменилось?» «Лисе хотелось съесть Колобка — была ли у неё возможность сразу? Нет. Она использовала рекламу (песни). Это честно?»	Дети разбирают карточки: слева — желание героя, справа — реальные возможности. Соединяют стрелками, где совпадает, а где нет. Делают вывод: «Желание без возможностей ведёт к обману»	Организует парную работу, раздаёт конверты с ситуациями из сказок. Помогает формулировать вывод: «Хотеть мало — надо уметь или честно договариваться»	Умение разделять желания и реальные возможности, видеть обман
2.3	Микротема 3: Как не попасться на уловки рекламы (4–5 мин)	Физминутка «Рекламные обещания»; коллективное обсуждение	«Если обещают то, что может быть правдой, — шагаем. Если явный обман — топаям и говорим «Проверь!». Варианты: «Купишь кашу — вырастешь до неба» (топ), «Помоешь посуду — получишь конфету» (шаг), «Отдай ключик — куплю тебе игрушку» (топ, как у Лисы), «Помоги ближнему — он поможет тебе» (шаг)»	Дети выполняют движения, комментируют: «Так не бывает», «Это честно», «Проверь, обещает Лиса». Вместе выводят правило: «Не верь красивым словам — посмотри на дело»	Проводит физминутку, акцентирует: «В рекламе могут преувеличивать, но добрые дела не обманывают»	Закрепление навыка критического восприятия рекламных обещаний
3	Заключительный					

3.1	Подведение итогов (3 мин)	Приём «Возврат к ошибке Лисы»; коллективный синквейн	«Так что же такое честная реклама? А обманная? Давайте составим для Петрушки памятку «Как отличить правду от лжи в рекламе». Как бы вы объяснили героям сказок: если сильно хочется — надо сразу верить?»	Дети формулируют правила: 1) Посоветуйся с мамой/папой; 2) Подумай, бывает ли так на самом деле; 3) Не отдавай ценное за красивые слова. Составляют коллективный синквейн: «Реклама — яркая, громкая — обещает, хвалит, завлекает — но не всё, что блестит, золото — Проверка!»	Педагог фиксирует правила на доске символами, хвалит, возвращается к вопросу Петрушки: «Обманула бы Лиса, если бы мы знали эти правила?»	Обобщение: рекламу нужно проверять, желания соотносить с возможностями
3.2	Рефлексия (2 мин)	Приём «Чемодан, мясорубка, корзина» (адаптация); фишки	«Кто теперь сможет объяснить младшим, почему не всему в рекламе можно верить? Что было для вас самым трудным? Что возьмёте с собой в жизнь (чемодан), что расскажете другим (мясорубка), что оставите сказкам (корзина)?»	Дети выбирают фишку: зелёный — я всё понял и объясню; жёлтый — понял, но сомневаюсь; красный — нужна помощь. По желанию делятся, что возьмут в «чемодан» (правило проверки)	Проводит рефлексию, благодарит за активную работу, прощается с Петрушкой и героями сказок	Самооценка понимания темы, перенос в жизненный опыт